المنظمة العربية للترجمة

مجموعة من المؤلفين

وسائل الإعلام الجماهيرية والاتصال السياسي في الديمقراطيات الجديدة

إشراف
كاترين فولتمر

ترجمة
محمد الخولي

بدعم من مؤسسة عبد الحميد شومان

توزيع: **مركز دراسات الوحدة العربية**

وسائل الإعلام الجماهيرية
والاتصال السياسي في
الديمقراطيات الجديدة

لجنة العلوم الإنسانية والاجتماعية

المنظمة العربية للترجمة

مجموعة من المؤلفين

وسائل الإعلام الجماهيرية والاتصال السياسي في الديمقراطيات الجديدة

بإشراف

كاترين فولتمر

ترجمة

محمد الخولي

مراجعة

هيثم غالب الناهي

بدعم من مؤسسة عبد الحميد شومان

الفهرسة أثناء النشر - إعداد المنظمة العربية للترجمة
مجموعة من المؤلفين
وسائل الإعلام الجماهيرية والاتصال السياسي في الديمقراطيات الجديدة/بإشراف كاترين فولتمر؛ ترجمة محمد الخولي؛ مراجعة هيثم غالب الناهي.
560 ص. - (علوم إنسانية واجتماعية)
يشتمل على فهرس.
ISBN 978-614-434-087-5
1. الإعلام. 2. الصحافة، علم. أ. العنوان. ب. فولتمر، كاترين (إشراف)، ج. الخولي، محمد (مترجم). د. الناهي، هيثم غالب (مراجع). هـ. السلسلة.
302.23

«الآراء الواردة في هذا الكتاب لا تعبّر بالضرورة
عن اتجاهات تتبناها المنظمة العربية للترجمة»

Collective, Papers
Mass Media and Political Communication
in New Democracies

المنظمة العربية للترجمة
بناية «بيت النهضة»، شارع البصرة، ص. ب: 5996-113
الحمراء - بيروت 2090 1103- لبنان
هاتف: 753031 - 753024 (9611)/ فاكس: 753032 (9611)
e-mail: info@aot.org.lb - Web Site: http://www.aot.org.lb

توزيع: **مركز دراسات الوحدة العربية**
بناية «بيت النهضة»، شارع البصرة، ص. ب: 6001 - 113
الحمراء - بيروت 2407 2034 - لبنان
تلفون: 750084 - 750085 - 750086 (9611)
برقياً: «مرعربي» - بيروت / فاكس: 750088 (9611)
e-mail: info@caus.org.lb - Web Site: http://www.caus.org.lb

الطبعة الأولى: بيروت، نيسان (أبريل) 2016
يمكنكم شراء هذا الكتاب عبر الموقع الإلكتروني: www.caus.org.lb

المحتويات

القسم الثاني
الأحزاب السياسية والحكومات والانتخابات: استراتيجيات الاتصال وإعلامية السياسة

القسم الثالث
استجابات جماهير المتلقين إزاء الرسائل السياسية التفسيرات والآثار

وسائل الإعلام الجماهيرية والاتصال السياسي في الديمقراطيات الجديدة

هذا الكتاب يتدارس الأسلوب الذي تتبعه عمليات الاتصال السياسي ووسائل الإعلام الجماهيرية عند اضطلاعها بدور محوري يهدف إلى ترسيخ الديمقراطيات الناشئة حول العالم.

يغطي الكتاب نطاقاً واسعاً من الأوضاع السياسية والثقافية ما بين شرقي وجنوبي أوروبا إلى أميركا اللاتينية، وإلى آسيا وأفريقيا ومن ثم فإن هذا المجلد الجديد يتدارس المشاكل والصراعات الناجمة في سياق عملية إقرار سياسة إعلامية مستقلة وتنافسية في مجتمعات ما بعد النظم الأوتوقراطية. وفي ضوء ديناميات التغير في العلاقة بين الفعاليات السياسية ووسائل الإعلام وجماهيرها، يقصد مؤلفو هذا المجلد إلى معالجة القضايا التالية:

• التصورات المتغيرة للأدوار الإعلامية ونوعية رسائل الإعلام.

• أسباب ونتائج الإمعان في استخدام وسائل الإعلام من جانب الفعاليات السياسية.

• دور الميديا الإعلامية في الحملات الانتخابية.

• الطريقة التي يفسر بها المواطنون الرسائل السياسية والمدى الذي تؤثر به الوسائل الإعلامية على المواقف السياسية والسلوك الانتخابي.

• دور شبكة الإنترنت في بناء نطاق ديمقراطي عام.

سوف يشكل هذا الكتاب أهمية كبيرة بالنسبة إلى جميع الذين يدرسون ويبحثون في مجال الديمقراطية والتحوّل الديمقراطي وفي السياسات المقارنة والاتصال السياسي فضلاً عن مجالات الصحافة والإعلام وشبكة الإنترنت.

المشاركون

كارلوس باريرا (Carlos Barrera): أستاذ في قسم الإعلام بجامعة ناڤارا، إسبانيا. ومنذ تموز/ يوليو 2004 كان نائباً لرئيس قسم التاريخ بالجامعة كما أنه مؤلف لأكثر من 60 كتاباً وفصلاً ومقالة وقد أدار العديد من مشاريع البحث المختلفة عن الصحافة خلال تحوّل إسبانيا إلى الديمقراطية.

كيس برانتس (Kees Brants): مدير برنامج الماجستير في الدراسات الإعلامية الأوروبية كما أنه كبير الباحثين في مدرسة أمستردام لعلوم الاتصال والبحوث بجامعة أمستردام ويشغل موقع الكرسي الخاص في مجال الاتصال السياسي بجامعة ليدن.

أرنولد س. دو بير (Arnold S. de Beer): أستاذ فخري في قسم الصحافة بجامعة ستلينبوش، جنوب أفريقيا وتعالج منشوراته الصادرة مؤخراً موضوعات الصحافة العالمية والميديا الإعلامية والانتخابات والعلاقات العامة في الديمقراطيات النامية إضافة إلى مواضيع الحرب والإعلام والإنترنت في أفريقيا والتغطية الإعلامية لفيروس نقص المناعة البشرية/ الإيدز ومهارات الصحافة وهو رئيس تحرير **ما الأخبار**

(*Ecquid Novi*) وعضو مجلس تحرير **مراجعات صحفية** (*Journalism Reviews*).

هدويغ دو سمايلي (Hedwig de Smaele): زميل باحثة لما بعد الدكتوراه، صندوق البحث العلمي، فلاندرز (بلجيكا) ومحاضرة في مجال السياسة والإعلام في جامعة غنت، قسم الإعلام وهي ترأس المجموعة الفرعية "الدراسات الاجتماعية والسياسية" في مركز الدراسات الروسية والدولية والدراسات الاجتماعية - السياسية والاقتصادية في غنت وقد نشرت أساساً أبحاثها بشأن الوسائل الإعلامية الروسية والسياسة الأوروبية (في وسط أوروبا وشرقيها) في المجال السمعي البصري.

روبيرتو إسبندولا (Roberto Espindola): كبير محاضرين في السياسة وقائم بعمل مدير مركز الدراسات الأوروبية حيث يدير مركز تدريب ماري كوري بشأن التحوّل الأوروبي. وتركز بحوثه ومنشوراته على الحملات الانتخابية والأحزاب السياسية مع إشارة خاصة إلى الديمقراطيات الجديدة في أميركا اللاتينية وأوروبا وهو عضو في مجلس تحرير العديد من الدوريات الدولية بما في ذلك **المجتمع العالمي** (*Global Society*) ومجلة **التسوق السياسي** (*Journal of Political Marketing*).

ناتاليا كراسنوبوكا (Natalya Krasnoboka): مرشحة للدكتوراه وباحث مساعد في جامعة أنتويرب، بلجيكا وتركز بحوثها على مشاكل وسائل الإعلام في المجتمعات المتحوّلة وعلى العلاقة بين الميديا التقليدية والجديدة فضلًا عن دور شبكة الإنترنت بوصفها وسيلة بديلة.

منغ ينغ لي (Ming-Ying Lee): باحث دكتوراه في مجال العلوم الاجتماعية بجامعة فارفيك، المملكة المتحدة. وتدور رسالته على الفهم

العام للديمقراطية وتطبيق الحكومة الإلكترونية في تايوان وتشمل اهتماماته الرئيسية في مجال البحوث عملية التطبيع الاجتماعي السياسي ومجتمع المعلومات وخاصة فيما يتعلق بالأبعاد السياسية.

إيان ماكلستر(Ian McAllister): أستاذ العلوم السياسية في مدرسة البحوث للعلوم الاجتماعية بالجامعة الأسترالية الوطنية وتتمثل اهتماماته البحثية في مجالات السلوك السياسي المقارن والأحزاب السياسية والناخبين والنظم الانتخابية ويحمل أحدث كتبه الذي أصدره مع ديفيد فاريل عنوان **النظام الانتخابي الأسترالي** (مطبعة جامعة أستراليا الوطنية، 2005).

إيلين ميكيفتس (Ellen Mickiewicz): أستاذة العلوم السياسية ومديرة مركز ديويت والاس للاتصال والإعلام بجامعة ديوك. ويتركز الكثير من أعمالها على آفاق الإعلام والتحوّل وهي مؤلفة ومحررة لعدد كبير من المقالات والكتب الإعلامية بما في ذلك أحدث كتبها الصادر بعنوان **القنوات المتغيرة: التلفزيون والنضال من أجل السلطة في روسيا** (مطبعة جامعة أكسفورد، 1997) كما تعمل في عضوية مجالس تحرير كل من **المجلة الدولية للصحافة** (*International Journal of Press*) ومجلة **السياسة والتواصل السياسي** (*Politics and Political Communication*).

سارة أوتز (Sarah Oates): محاضرة في علم السياسة بجامعة غلاسكو وكتبت بإسهاب بشأن وسائل الإعلام والانتخابات الروسية وهي تدرس حالياً موضوع التهديدات الإرهابية في الانتخابات في روسيا والولايات المتحدة من خلال منحة مقدمة من مجلس البحوث الاقتصادية والاجتماعية.

غاري رونسلي (Gary Rawnsley): كبير محاضرين في مجال السياسة ومدير معهد دراسات آسيا - المحيط الهادئ، جامعة نوتنغهام ومن أحدث منشوراته ما صدر بعنوان **الاتصالات السياسية في الصين الكبرى** (تحرير بالاشتراك مع منغ ورونسلي، روتلدج كوزون 2003) والسير على خط رفيع: **التحوّل الديمقراطي ووسائل الإعلام في تايوان** منشور في دورية *Parliamentary Affairs*, 57: 1 (2004) إضافة إلى كتاب عن الاتصال السياسي والديمقراطية.

روديغِر شمت - بِك (Rudiger Schmitt-Beck): أستاذ العلوم السياسية بجامعة دوسبورغ - إيسن، ألمانيا تتمثل اهتماماته البحثية في ميدان السياسة المقارنة وخاصة ما يتعلق بمواضيع الاتصال السياسي والسلوك الانتخابي والثقافة السياسية والحركات الاجتماعية والمشاركة السياسية.

كاترين فولتمِر (Katrin Voltmer): كبير محاضرين في مجال الاتصال السياسي في معهد الدراسات الإعلامية، جامعة ليدز، المملكة المتحدة.

سلفيو ويسبورد (Silvio Waisbord): كبير مسؤولي البرامج في أكاديمية التنمية التربوية، واشنطن العاصمة، وسبق له العمل أستاذاً مساعداً في قسم الإعلام والدراسات الإعلامية في جامعة روتغرز، الولايات المتحدة وقد كتب بشأن عولمة الإعلام والصحافة والتنمية وشارك مؤخراً في كتاب بعنوان **الميديا العالمية والسياسة اللاتينية** (مع إليزابيث فوكس، مطبعة جامعة تكساس، 2002) إضافة إلى كتاب بشأن الاتصال الإنمائي.

هيرمان واسرمان (Herman Wasserman): حامل شهادة دكتوراه في الآداب[*] (D. Litt.) وهو كبير محاضرين في قسم الإعلام بجامعة ستلينبوش، جنوب أفريقيا ونائب رئيس تحرير مطبوعة **ما الأخبار**، دورية جنوب أفريقيا المتخصصة في البحوث الإعلامية وتشمل اهتماماته البحثية المنظورات الأفريقية بشأن أخلاقيات الإعلام والإعلام وإنشاء هوية ما بعد الفصل العنصري واستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال لصالح النشاط الاجتماعي.

ستيفن وايت (Stephen White): أستاذ السياسة الدولية وعضو في مدرسة الدراسات لوسط وشرقي أوروبا بجامعة غلاسكو، المملكة المتحدة وشملت أحدث إصداراته كتاباً بعنوان **السياسة الجديدة في روسيا** (مطبعة جامعة كامبردج 2000) وكتاباً بعنوان **النخب السياسية السوفياتية من لينين إلى ميخائيل غورباتشوف** (Mikail Gorbachev) (مع إيفان مودسلي، مطبعة جامعة أكسفورد، 2000) .

ريكاردو زوغاستي (Ricardo Zugasti): أستاذ مساعد في مدرسة الاتصال العام بجامعة نافارا، إسبانيا وفي أطروحته للدكتوراه تدارس التوصيف السياسي الذي أسندته الصحافة الإسبانية إلى الملك خوان كارلوس الأول ونظامه الملكي خلال مرحلة التحوّل إلى الديمقراطية.

(*) هي درجة علمية أعلى من شهادة الدكتوراه، ويمكن اعتبارها شهادة ما بعد الدكتوراه المساوية لشهادة الدكتوراه في العلوم (Sc.D. أو دكتور علوم). وتمنح في كثير من البلدان من قبل الجامعات والهيئات الأكاديمية تقديراً للإنجاز في العلوم الإنسانية، والمساهمة الأصلية في الفنون الإبداعية (المراجع) .

مقدمة محرر السلسلة

بعد بداية مفعمة بالأمل، ها هي "الموجة الثالثة" من عملية التحوّل الديمقراطي تبدو وكأنها فقدت قوة اندفاعها، حيث إن كثيراً من الديمقراطيات الناشئة تبدو الآن وكأنها وصلت إلى مرحلة سكون أو وقف لإطلاق النار بين القوى الديمقراطية والقوى اللاديمقراطية، مما أسلم إلى أشكال مختلطة من الديمقراطية غير الليبرالية. صحيح أن الحكومات المنتخبة تدافع عن الانتخابات الحرة المتعددة الأحزاب، ولكنها تفشل كثيراً في تنظيم أو ضبط إيقاع الجماعات والفئات ذات النفوذ في المجتمع. ومع ذلك فمازال انتشار الديمقراطية حول العالم مستمراً. تخلص مؤسسة فريدوم هاوس في تقريرها السنوي لعام 2004 إلى أنه منذ بداية الإجراءات العالمية المتخذة لمحاربة الإرهاب في خريف عام 2011، ثمة واحد وخمسون بلداً أظهرت تقدّماً شاملاً في مسارها لتحسين الممارسة الديمقراطية، وإن ظل سبعة وعشرون بلداً متعثراً في هذا المضمار. ومعظم أوجه التحسن تم إحرازها في وسط وشرقي أوروبا وكذلك في شرق آسيا وإن كان أقلها قد جاء في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا ووسط آسيا. وبعد غمرة الحماس الأساسية فإن الديمقراطيات الناشئة على هذا النحو ظلت تناضل من أجل مواصلة التحوّل الديمقراطي، فيما أحرز بعضها نجاحات أكثر من سواه.

وبرغم حقيقة الأهمية الفائقة التي مازالت تتمتع بها وسائل الإعلام الجماهيرية من حيث استمرار وتطوير كل ممارسة ديمقراطية، فمازالت هي أمراً لا سبيل إلى تجاهله، وإن كان دور الإعلام لم ينل اهتماماً رئيسياً من جانب الدوائر الأكاديمية التي تتعامل مع عمليات التحوّل الديمقراطي. فاستراتيجيات الاتصال السياسي الحديثة مابرحت تعتمد بصورة متزايدة على استخدام (بل واستغلال) العروض الإعلامية التي يقدمها المرشحون، وعلى السمات التي يتصفون بها، ثم على الخلفيات التي ينتمون إليها. بيد أن المساهمين في هذا المجلد يختلفون من حيث اهتماماتهم البحثية وخططهم المتبعة في دراسة الموضوع وفي اختيار المواد بل وفي نطاق التحليلات التي يطرحونها في هذا السياق. ورغم ذلك فجميعهم يتعاملون مع أثر وسائل الإعلام على الديمقراطيات الناشئة في طول العالم وعرضه على السواء. فضلاً عن ذلك فهم يرفضون الإستعارة التقليدية التي تتعلق بدور وسائل الإعلام بوصفها "سوق الأفكار" (Market place of Ideas). وبدلاً من ذلك فثمة استخدام في هذا المجلد لنهج تفاعلي قائم على أساس الاعتراف بأن الإعلام والفعاليات السياسية والجماهير المستقبِلة إنما يقومون في مجموعهم بإنتاج واستقبال وتفسير الرسائل السياسية. وعلى ذلك فإن ترتيب هذا المجلد ضمن ثلاثة أبواب يعكس هذا الاهتمام الذي يتم إيلاؤه إلى (1) وسائل الإعلام والممارسات الإعلامية الصحفية (2) الأحزاب السياسية والحكومات ثم (3) الجمهور. وبهذه الطريقة يتم تحليل العلاقات التي تربط بين الاتصال السياسي والتحوّل الديمقراطي من منظورات مختلفة من دون أن يغيب عن الاهتمام أوجه الترابط فيما بينها.

قبل طرح التحليلات المحددة، تقوم كاترين فولتمِر بتلخيص القضايا والنُهج الرئيسية ذات الصلة عند تقديمها في هذا المجلد من خلال

مناقشة مزايا اتباع نهج تفاعلي في دراسة الاتصال السياسي على صعيد الديمقراطيات الناشئة (الفصل 1) بعد ذلك تأتي المساهمات الخمس التالية لتعالج أمر الممارسات الإعلامية والصحفية في بلدان عديدة، حيث أن كارلوس باريرا وريكاردو زوغاستي يتدارسان الأسلوب الذي استطاعت به معظم الصحف الإسبانية أن تؤازر التحوّل إلى الديمقراطية في أواخر عقد السبعينات من القرن العشرين (الفصل 2). أما النتائج الناجمة عن تحليل مفصل للعلاقات التي يمكن أن تكون متعارضة بين حرية الصحافة والديمقراطية في روسيا فهي مطروحة من جانب هدويغ دو سمايلي (الفصل 3). وقد ركز كل من هيرمان وسيرمان وأرنولد دو بير على التغيرات الملموسة التي طرأت على الإعلام بجنوب أفريقيا عقب التحوّلات الناجحة إلى الديمقراطية والصعوبات المتواصلة التي لاتزال ماثلة من حيث تحديد موقع الإعلام طبقاً للأحوال الاجتماعية والاقتصادية الجديدة (الفصل 4). كذلك فإن دور الإعلام باعتباره "محور المراقبة والمتابعة" فضلاً عن الحاجة إلى إعلام سياسي قائم على أساس الحقائق يتم تقييمه بدقه من جانب سلفيو وسبورت في دراسة مطروحة بشأن انحسار الثقة في الإعلام على مستوى أميركا اللاتينية طيلة العقدين الأخيرين (الفصل 5) أما الفرص المتاحة للإعلام الجديد في الديمقراطيات الجديدة فتعرض لها ناتاليا كراسنوبوكا وكيس برانتس في دراستهما للفروقات الملموسة بين الصحيفة المطبوعة وشبكة الإنترنت في الانتخابات الأوكرانية (الفصل 6) بعد ذلك تأتي المساهمات الأربع التالية لتعالج أمر الفعاليات السياسية والحملات الانتخابية؛ حيث يناقش روبيرتو إسبندولا دور الإعلام في الحملات السياسية فيما يتصل بعمليات التثبيت الديمقراطي في الأرجنتين وتشيلي والأوروغواي (الفصل 7). وثمة موقف مختلف للغاية يتم تحليله بواسطة غاري رونسلي

الذي يركز على جانب الحِرفية في الحملات الانتخابية بعد تحوّل تايوان من نظام الحزب الواحد إلى نظام الديمقراطية المتعارف عليهم (الفصل 8) أما المساهمتان الأخيرتان في هذا الجزء فتوجهان الاهتمام صوب دور التلفزيون وإعلام الإنترنت في الديمقراطيات الجديدة؛ حيث تناقش سارة أوتز بصورة مقنعة حقيقة أن الإعلام الروسي لا يؤدي إلى دعم الأحزاب ولكنه يمكن أن يفضي إلى إيجاد الأحزاب ذاتها (الفصل 9) ويوضح منغ ينغ لي أنه برغم أن حكومة تايوان اتبعت أسلوب الحكومة الإلكترونية، إلا أن الأمر لا يفضي إلى ملاحظة أي توسع حدث في المشاركة الديمقراطية (الفصل 10) والباب الأخير في المجلد يتألف من ثلاثة إسهامات بشأن دور المواطنين؛ الفصلين الأول والثاني في هذا السياق يعالجان مرة أخرى الحالة الروسية بكل ما تثيره من اهتمام. وتوضح إيلين ميكيفتس المساقات المحددة وعمليات الاستيعاب التي يتبعها المواطنون الروس، إذ يواجهون ببرامج إخبارية يتم عرضها تحت سيطرة الدولة (الفصل 11) بينما يركز ستيفن وايت وإيان ماكلستر على المزايا التي يمكن أن يتمتع بها شاغلو المناصب في الحالات التي تقع فيها وسائل الإعلام تحت سيطرة نفس الفعاليات السياسية (الفصل 12). كاترين فولتمِر ورودِيغِر شمت – بِك يقارنان أثر وسائل الإعلام على تطوّر التوجهات الديمقراطية في بلغاريا وهنغاريا وتشيلي والأوروغواي حيث يوضحان بجلاء أن أثر وسائل الإعلام يتوقف مداه على التطوّر التاريخي للنظام السياسي في بلدان بعينها (الفصل 13). وأخيراً تعود كاترين فولتمِر إلى مناقشة المشاكل الرئيسية والآفاق المحتملة في الفصل الختامي الذي كتبته بينما تركز الفصول المتعددة على بلدان أو مناطق بعينها فيما يركز الفصل الأخير على قضايا مواضيعية (الفصل 14) .

الخلاصة أن النتائج التي يمكن أن تتحصل من واقع نهج تفاعلي يتم اتباعه بدراسة العلاقات الوثيقة بين الاتصال السياسي وبين مشاكل التحوّل الديمقراطي الدائر حالياً على نحو ما تم استخدامه في هذا المجلد، إنها تؤكد على الحاجة إلى اتباع تفسيرات وتحليلات متباينة ودقيقة. ومن منظور عالمي شامل يمكن القول بأن الديمقراطية إلى صعود بكل تأكيد. ومع ذلك فالديمقراطيات مازال تواجهها عقبات كأداء ولها صلتها الوثيقة بالتجارب التاريخية المحددة؛ فإسبانيا ليست روسيا، وتايوان ليست جنوب أفريقيا، وما يمكن أن يربط بين الديمقراطيات الناشئة هو الدور المحوري الذي يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام على مستوى عمليات الاتصال السياسي. ومن شأن تنظيم انتخابات حرة أن يفتح الباب أمام استراتيجيات راقية في مجال الحملات المنظمة استخدام وسائل للإعلام بحيث لا تقتصر على مجرد الأثر الإيجابي في الأجل الطويل على نحو ما يفترضه معظم مراقبي الديمقراطية الغربية، بل يقتصر الأمر على أنه لو أمكن التماس توازن يتحقق بين مصالح الفعاليات السياسية والوسائل الإعلامية وجموع المواطنين في بلد ما، لأمكن التوصل إلى فرصة متاحة أمام الديمقراطيات الناشئة كي تعيش وتتخطى مرحلة الانتقال التي تتسم بها الديمقراطية غير الليبرالية.

جان و. فان ديث، محرر السلسلة

مانهايم، نيسان/ أبريل 2005.

تصدير

يمثل هذا الكتاب محصلة لفعاليات حلقة عمل عقدت في موضوع "الاتصال السياسي ووسائل الإعلام وتدعيم الديمقراطيات الجديدة" قمت من جانبي بإدارتها مع سالافكو سبليشال (Slavko Splichal) خلال الدورة المشتركة المعقودة في عام 2002 لحلقات عمل الاتحاد الأوروبي للبحوث السياسية في مدينة تورينو. وقام جميع المساهمين في تأليف هذا الكتاب بمراجعات مسهبة وباستكمال الأوراق التي قدموها تمهيداً للنشر. وبالإضافة إلى ذلك، ومن أجل التوصل إلى نطاق واسع من حيث القضايا والبلدان ذات الصلة، فقد تم إدراج مساهمات إضافية لم تكن قد قُدمت خلال انعقاد حلقة العمل المذكورة في تورينو. وأود أن أشكر المجمع الأوروبي للبحوث السياسية على إتاحته تنظيم الحلقة المذكورة وإمكانية نشر وقائعها. كما أود أن أشكر ربيكا ريد (Rebecca Reid) على ما قدمته من مساعدة دقيقة في تحرير هذا المجلد.

كاترين فولتمر

كانون الأول/ ديسمبر 2004

القسم الأول

وسائل الإعلام والممارسة الصحفية
أزمات معيارية
الممارسة المهنية والاستخدام السياسي

الفصل الأول

وسائل الإعلام الجماهيرية والاتصال السياسي في الديمقراطيات الجديدة

(مدخل)

كاترين فولتمِر

الضخامة غير المتوقعة لما أصبح يعرف بأنه "الموجة الثالثة" في البلدان "الأوتوقراطية[*]" (Autocratic) سابقاً أو التي شرعت في إرساء دعائم المؤسسات الديمقراطية على مدار العقد الأخير من القرن العشرين، أدت إلى قيام اهتمامات غير مسبوقة وإلى وجود مَصلحة حقيقية في عمليات التغير الاجتماعي والسياسي. وفي واقع الأمر إن دراسة ظاهرة التحوّل إلى الديمقراطية، وهي ما أصبح يشكل محوراً متخصصاً لدارسي مناطق بعينها ومنها مثلاً جنوبي أوروبا وأميركا اللاتينية Linz and Stepan, 1995 (Gunther et al 1996). كل ذلك أصبح بمثابة صناعة نامية لها مردود هائل مطروح على شكل كمّ ضخم من المنشورات الصادرة.

(*) ويعني حكم الفرد، وهو نظام الحكم الذي ترتكز فيه السلطة العليا في يد شخص واحد. حيث قرارات تلك الدولة لا تخضع لقيود قانونية خارج سلطة الفرد ولا تنظيمياً لآليات الرقابة الشعبية (المراجع) .

إن التحوّلات إلى الديمقراطية تمثل تجارب اجتماعية تؤثر بدورها تأثيراً قوياً على جميع جوانب أي مجتمع. وعلى ذلك فهي تتيح فرصة فريدة لتعميق الفهم النظري والعملي لأداء المؤسسات الديمقراطية على صعيد الأوضاع الثقافية والسياسية المختلفة. وتطوّر الديمقراطيات الناشئة مؤخراً يوضّح أن الديمقراطية ما هي إلا مشروع له جذوره العميقة. ونجاحه لا يتوقف فقط على "الحق" في التصميم المؤسسي، ولكن أيضاً على العديد من العوامل الأخرى التي لا بدّ من مراعاتها لو أردنا أن نفهم الظروف التي تعمل الديمقراطيات الجديدة في إطارها.

وفيما استطاعت بعض الديمقراطيات الجديدة بنجاح أن تعتمد مؤسسات وإجراءات تضاهي النماذج الغربية التي تحذو حذوها (ومن ذلك مثلاً بلدان شرق ووسط أوروبا التي انضمت إلى الاتحاد الأوروبي في أيار/ مايو 2004) ، فإن كثيراً من الدول الأخرى مازالت قاصرة عن بلوغ أي معيار من معايير الديمقراطية الحقيقية. ولتفسير الاختلاف الظاهر في هذا الشأن ذكر كثير من الكتاب أن البحوث المتعلقة بعمليات التحوّل الديمقراطي واحتياجاتها إلى توسيع نطاقها النظري من خلال مراعاة أوضاع المنظمات والعمليات ذات الصلة لا ترتبط مباشرة بعمليات اتخاذ القرارات الحكومية ولكنها قد يكون لها أثر ملموس على نوعية المؤسسات الديمقراطية وعلى الأسلوب الذي تعمل به تلك المؤسسات (Grugel 2002; Merkel 1998).

تعد وسائل الإعلام الجماهيري واحدة من تلك المنظمات التي كثيراً ما تعرضت للتجاهل من جانب دراسات التحوّل الديمقراطي المتواترة، برغم حقيقة أن أداء هذه المنظمات له تأثير محوري ليس فقط على أداء المؤسسات الديمقراطية الأخرى، ولكن أيضاً على سلامة

ممارسة العملية الديمقراطية في مجملها. ومع ذلك فكثير من الدارسين في الغرب قالوا بأن قدرة ميديا الإعلام على تعزيز الديمقراطية مازالت محدودة، ومنهم من قال بأن الإعلام مسؤول عن كثير من السلبيات التي يبدو أن الديمقراطيات الجديدة تعاني منها (Entman 1989; Patterson 1998). ويهدف هذا الكتاب إلى استكشاف دور الوسائل الإعلامية في الديمقراطيات الناشئة وأسباب نجاحها أو فشلها من حيث المساهمة في تدعيم النظام السياسي الجديد. بصورة أكثر تحديداً، إن فصول هذا المجلد تقوم بتحليل الأسلوب الذي تستجيب به ميديا الإعلام في إطار الظروف السياسية الجديدة، وكيف تستجيب أيضاً الأطراف المشاركة ومنها مثلاً الحكومات والأحزاب السياسية والمواطنون إزاء البيئة الإعلامية المتغيرة. وهذا الكتاب يطرح منظوراً مقارناً وفريداً بشأن هذه القضية، من خلال مقارنة تجربة عدد كبير من الديمقراطيات الجديدة من أفريقيا وآسيا وشرقي أوروبا وأميركا اللاتينية. وفيما تركز فصول الكتاب على بلد بعينه فهي تتطرق إلى القضايا المتماثلة ومن ثم تتيح بصورة إجماعية استقاء نتائج معممة بشأن التوقعات والمشاكل والصراعات الناجمة في هذا الشأن، فيما تعمد ميديا الإعلام إلى تغيير الدور الذي تقوم به من كونها أداة تتوسل بها السلطة الأوتوقراطية إلى حيث تصبح صوتاً مستقلاً في ساحة الحوار السياسي.

هذا الفصل الاستهلالي يسعي إلى إرساء الأسس النظرية العامة لدراسة دور الإعلام في حالات التحوّل إلى الديمقراطية وفي عملية تدعيمها بعد ذلك. وفي الجزء الأول من هذا الفصل سوف أطرح الآراء المعيارية التي ترسي دور الميديا على أنها مؤسسة ديمقراطية، وأتصور أن البدء بطرح مناقشة للمبادئ الأساسية أمر مهم لتوضيح المعايير ذات

الصلة التي تستند إليها أي أحكام تقييمية تتعلق بمساهمة الإعلام في تدعيم أو تقويض قدرة الديمقراطيات الجديدة على الاستمرار. ومع ذلك، وكما يشير هذا الفصل، فإن التصورات المعيارية المتعلقة بالدور الديمقراطي لوسائل الإعلام مازالت تعاني من عدم الاتساق، مما قد يسبب حالات من التضارب وسوء الفهم في عمليات التحوّل الديمقراطي لوسائل الإعلام. أما الجزء الثاني من هذا الفصل فيطرح نموذجاً تجريبياً للاتصال السياسي باعتباره نظاماً للتفاعل بحيث يضع وسائل الإعلام ضمن سياق أوسع في العملية السياسية، ومن ثم يساعد على تنظيم عمليات التنظير بشأن دور الإعلام في الديمقراطيات الجديدة. وهذا النموذج يؤدي إلى تحسين فهمنا لأوجه الترابط الحاصلة على مستوى الاتصال الجماهيري والسياسات الديمقراطية والنتائج التي يمكن أن تترتب على ذلك، ويتم على ضوئها طرح الرسائل السياسية واستخدامها في مختلف السياقات السياسية والثقافية. والحاصل أننا مازلنا حتى الآن نفتقر إلى فهم عميق لما إذا كان الاتصال السياسي في الديمقراطيات الجديدة يختلف عن حالة الديمقراطيات الراسخة. وإذا ما كان الأمر كذلك فكيف يكون هذا الاختلاف، حيث أن هذا يشكل السبب في أن كثيراً من الأدبيات المشار إليها في الفقرات التالية إنما تتعلق بالديمقراطيات الغربية. وعليه يبقى السؤال التجريبي مطروحاً بشأن الحد الذي يمكن على أساسه اتباع هذه الأساليب بالنسبة إلى البلدان التي تقع خارج العالم الغربي. وفي كل حال فإن فصول هذا المجلد تسعى إلى تقديم بعض الإجابات على هذا السؤال.

وسائل الإعلام باعتبارها مؤسسة ديمقراطية

منذ البدايات الأولى للفكر الديمقراطي في القرن الثامن عشر أدرك فلاسفة السياسة الدور المحوري للحوار العام غير المقيِد لحرية التعبير.

وهو أمر ما لبث أن توسع إلى المطالبة بحرية الصحافة (Keane, 1991) وثمة مقولات عديدة طرحت لتبرير حرية الصحافة. أكثرها شيوعاً فكرة أن الإعلام يهيئ "سوقاً للأفكار" تتمتع بالحرية حيث تتنافس الأصوات المتعارضة على تأييد الجمهور بغير تدخل من جانب الدولة(*). وتقوم فكرة "سوق الأفكار" على أساس الاعتقاد الليبرالي بأنه لا ينبغي السماح لأي هيئة أن تكون لها الكلمة الأخيرة بشأن مسار السياسة المطروحة. وبدلاً من ذلك يتم من خلال التبادل العام والمعلن للمقولات والأفكار المضادة انتظار نشوء "الحقيقة" في نهاية المطاف (Mill, 1859 وأعيد طبعه 1974). ومن منظور مقولة "سوق الأفكار" يسند عادة إلى الإعلام دوراً أكثر سلبية؛ إذ يعمل بوصفه محفلاً يتم على صعيده إتاحة الفرصة لتشيكلة متنوعة من الجماعات والأفراد للتعبير عن آرائهم. وفي كثير من النواحي فإن الديمقراطيات الجديدة تبدو مماثلة إلى حد كبير من حيث النضال في سبيل تدبير مجال عام مستقل ذاتياً على نحو ما كان عليه الحال في القرن الثامن عشر. ولتشجيع تطوّر مجتمع مدني نابض بالحياة، ولتخطي الهيمنة الأوتوقراطية التي تمارسها النُخب السياسية، يظل من الأهمية بمكان أن تتاح للآراء البديلة سبل الوصول إلى منتدى الإعلام، بصرف النظر عن مدى سلامة وصدق ما تطرحه من ادعاءات.

برغم محورية الفهم الليبرالي لدور الإعلام في الديمقراطية فإن مقولة "سوق الأفكار" لقيت انتقاداً لأسباب شتى. وبالذات كان هناك من يجادل

(*) استعارة "السوق" لا تنطوِ بالضرورة على هيكل سوقي للملكية الخاصة لوسائل الإعلام. وفي سياق الدور الديمقراطي لميديا الإعلام فإن معنى "السوق" يتحقق بصورة أفضل من خلال فكرة السوق باعتبارها ساحة عامة في مجتمع ما ومن ذلك مثلاً ساحة "أغورا" في ديمقراطية أثينا.

عما إذا كانت مجابهة الآراء المتعارضة هي بحق أفضل السبل للكشف عن "الحقيقة" باعتبار أنها يمكن أن تسهم في واقع الأمر في إيجاد حالة من الفوضى، بل ويمكن أن تزيد من حدة الصراعات، وفي أسوأ الأحوال قد لا تكون هي الحُجة الأفضل الجديرة بالاستمرار، فيما تكون الأفضل هي حجة القادرين على التعبير عن آرائهم بصورة أكثر فعالية (Gutmann and Thompson, 1996) وثمة جانب خلافي آخر لمقولة "سوق الأفكار" يتمثل في ماهية ومدى ما يمكن أن يسهم به الإعلاميون أنفسهم في الحوار العام، من خلال تعزيز وجهة نظر بعينها. وبمعنى آخر يظل السؤال هو، هل الإعلام الحزبي يمثل جانباً مشروعاً من جوانب "سوق الأفكار" أو أن دور هذا النمط من الإعلام محصور في أن يظل جهاز بمثابة إبلاغ محايد لآراء الفعاليات الأخرى؟ إن التمييز بين التنوع الداخلي والخارجي أو التنوع الأفقي والرأسي يسلّم بأن ثمة سبلاً ممكنة أخرى لإنشاء "سوق أفكار" تتسم بالحيوية (McQuail 1986; Napoli 1999; Voltmer 2000). كما أن أوصاف "الداخلي" أو "الخارجي" من حيث التنوع تدل على حالة تتمثل فيها النطاقات الكاملة للآراء ذات الصلة ضمن منفذ إعلامي بعينه، حيث ينشأ التنوع، سواء كان خارجياً أو أفقياً، ليشكل محصلة لتنوع الوسائل الإعلامية المتحيزة. وعلى ذلك فإن معنى التنوع والطريقة التي يمكن بها إقامة "سوق أفكار" يشكلان أمراً لا يتسم بوضوح ذاتي ويرجح أن يكونا مثار خلاف بين مؤسسة الدولة والفئات المجتمعية والجهات الإعلامية في سياق أي تحوّل نحو الديمقراطية.

تؤدي مقولة "سوق الأفكار" إلى الاهتمام بالفاعلين السياسيين واحتياجاتهم لكي تسمع أصواتهم على صعيد محور الاهتمام، وإن فكرة مهمة الإعلام إنما تركز على المواطن الفرد باعتباره المستفيد الرئيسي من

الاتصال الجماهيري. وفي ظل نظام سياسي يتم فيه تخصيص السلطة السياسة على أساس عملية شعبية لصنع القرار، فإن ما يتسم به المواطنون من كفاءة وعقلانية يظل أمراً له أهميته القصوى. والحقيقة فبغير قدرة المواطنين على الوقوف على خيارات واعية تظل مشروعية الانتخابات الديمقراطية معيبة إلى حد خطير (Dahl, 1989). وعليه، فإن كفاءة عمليات اتخاذ القرارات بشكل ديمقراطي ترتبط وثيقاً بكفاءة المعلومات التي تقدّمها وسائل الاتصال الجماهيري. وهناك الدوْران اللذان تقوم بهما وسائل الإعلام باعتبارها **أولاً** منتدى للمعلومات **وثانياً** مصدراً لهذه المعلومات وهذان الدوْران لا يتسمان بالتآزر ولا بالتطابق بحال من الأحوال. وما يخدم احتياجات العلانية بالنسبة إلى الفاعلين السياسيين لا يشكل تلقائياً نوعية المعلومات التي تتبنى عناصر فهم وترشيد صناعة القرار من جانب المواطنين. والعكس في هذا المجال صحيح.

ومع ذلك فتعريف المعنى الدقيق لما يوصف بأنه "الخاصية الإعلامية" (Information Quality) يكاد يصبح مهمة مستحيلة باعتبار أن الأفراد يختلفون من حيث قدراتهم واحتياجاتهم. وعنصر الشمول في هذا السياق يبدو وكأنه ملمح واضح. ومع ذلك، وفي ظل تعقيد الخيار فيما بين القضايا السياسية يظل التبسيط الإيجابي، وإلى حد ما تفسير القضايا والأحداث غير المفهومة أموراً متساوية من حيث الأهمية. ومن سبل التقليل من تعقيد عالم السياسة ما يتمثل في المعلومات المتحيزة التي تنظّم الحوارات الدائرة بشأن الخلفية التي تصدر عنها عمليات التفاضل بين قيمة هنا وقيمة هناك. ويقول (Lemert, 1989) بأن وسائل الإعلام الملتزمة إزاء قضية بعينها تقدّم "معلومات للتعبئة" تنطوي على إمكانيات من شأنها تدعيم الهويات

السياسية وتشجيع المشاركة[*]" ومن الواضح أن ثمة مراوحة بين فكرة الإعلام الشامل والمحايد الذي يقدم جميع جوانب القضايا، والإعلام المُسيس الذي يعبئ المواطنين من أجل المشاركة في العملية السياسية.

إن جودة الإعلام والحاجة إلى توجيهه أمور يمكن أن تتسم بمزيد من الأهمية في ظل الديمقراطيات الجديدة ولاسيما خلال الفترة التي تعقب مباشرة تحطيم دعائم النظام القديم. وبينما يكتسب المواطنون في الديمقراطيات الراسخة معارفهم السياسية على مدار فترة طويلة من الزمن، وعادة ما يكون ذلك من دون بذل جهود خاصة للتعلم بشأن القضايا السياسة، فإن المواطنين في الديمقراطيات الجديدة يتعين عليهم التواؤم مع نطاق واسع من المؤسسات والإجراءات غير المعروفة لديهم من قبل.

وبالإضافة إلى ذلك يمكن أن نفترض أنه في ظل حالة تكون فيها الفعاليات التقليدية التي تتولى عملية التطبيع الاجتماعي، ومنها مثلاً الأحزاب السياسة والنقابات، قد فقدت مصداقيتها أو حتى كفت عن الوجود أصلاً، فإن المؤسسة الإعلامية ستظل باقية باعتبارها المصدر الرئيسي الذي يمكن أن يستقي منه المواطنون المعلومات التي يحتاجونها للمشاركة في الحياة العامة.

ثمة مقولة ثالثة تذهب إلى أن الإعلام مؤسسة ديمقراطية، وهي

(*) ثمة شكل آخر من أشكال تبسيط المعلومات. ويقال بأنه عملية التابلويد أو الإثارة الخبرية وفي غالب الأحيان فإن صيغ التابلويد أو الصحف الصفراء تؤدي إلى تهميش القضايا السياسية ومن ثم قد لا تقدم معلومات لها قيمتها بحيث تتصل بالمواطنة الديمقراطية. ومع ذلك يجب ملاحظة أن النتائج الأمبيريقية بشأن أهمية صحافة التابلويد مازالت ملتبسة (Baum 2003; Franklin 1997).

فكرة أن الإعلام يؤدي دور "كلب الحراسة" أو "السلطة الرابعة" التي تعمل على وضع السلطات السياسية موضع المساءلة من خلال رصد أنشطتها والتحقيق فيما يمكن أن ترتكبه من أخطاء في مجال ممارسة السلطة السياسية (Curran, 1991) على أن مفهوم "سلطة رابعة" يتصل بمبدأ تقسيم السلطات الذي كان قد تطوّر خلال القرن الثامن عشر كمحاولة لكبح جماح دولة الحكم المطلق الكلية السلطات في ذلك الحين، بل إن هناك من الدارسين من يقول بأن مهمة المراقبة التي تقوم بها وسائل الإعلام تتسم بأهمية أكبر من مهمتها في مجال التزويد بالمعلومات والأخبار لأنها تحمي المواطنين من تدخل الدولة في حرياتهم الفردية (Kelley and Donway, 1990).

في سياق التحوّل إلى الديمقراطية، فإن دور كلب الحراسة الذي يمكن أن يقوم به الإعلام، أمر لا سبيل فيه إلى التهوين من قدره، باعتباره واحداً من المهام الرئيسية لعملية التحوّل الديمقراطي بما يتمثل في إنشاء الآليات التي تضع النخب السياسية في موضع المساءلة والاستجابة إزاء احتياجات الشعب. ومع ذلك فالعلاقة بين الإعلام والدولة في الديمقراطيات الجديدة تتسم بمزيد من التعقيد. ولاشك أن من اللازم بالنسبة إلى تحرير أي مجتمع أن تظل سلطات الدولة موضع المساءلة. إلا أن مشروعية النظام الجديد كثيراً ما تكون في الوقت نفسه بالغة الهشاشة وتنطوي على خطر الاستخدام المفرط لقدرات الحكم الجديد وخاصة عندما يواجه هذا الحكم مشاكل اقتصادية عاتية أو في حالة انهيار الأمن العام. فضلاً عن ذلك إن وسائل الإعلام ذاتها تكون عاجزة عن البقاء بغير دعم مادي من جانب الدولة، وهو ما قد يلحق ضرراً فادحاً بقدراتها على انتقاد القابضين على مقاليد السلطة السياسية. ومن باب التناقض

أيضاً، لأن قدرة وسائل الإعلام على صياغة المساءلة الديمقراطية تتوقف في نهاية المطاف على الدرجة التي تكون فيها المؤسسات السياسية ذاتها قد تبنّت هياكل ديمقراطية واتبعت إجراءات ديمقراطية (Morris and Waisbord 2001; Price et al. 2002).

أن المجموعات الثلاث للمقولات التي أرست دعائم التبرير المعياري للدور السياسي للإعلام في الديمقراطيات الغربية ما بين التنوع ومعلومات "سوق الأفكار" إلى المواطنة المستنيرة وكلب الحراسة العام ثم المساءلة الحكومية، ترتبط فيما بينها بالنسبة إلى الهدف الذي تسعى إليه. متمثلاً في حماية أهداف ومصالح الفرد في مواجهة الدولة. ولكن هذه المفاهيم الكلاسيكية تتجاهل مع ذلك وإلى حد كبير، ما يتمثل في فكرة أن المصلحة العامة توجد وتعلو على مجرد حاصل جمع المصالح الخاصة. ماكويل (McQuail; 1992: 66-78) في نظريته المعيارية بشأن أداء وسائل الإعلام يضمنها "النظام الاجتماعي" (Scoial Order) بجانب "الحرية" و"المساواة"، باعتبارها القيم الاتصالية الأساسية الثلاث التي تحتاج إلى تنفيذها على مستوى المنظمات الإعلامية والممارسة الصحفية. ومع ذلك فهناك معيار موضوعي بشأن كيفيّة التوازن بين الاحتياجات الفردانية والاحتياجات الاتصالية الجماعية. وعلى ذلك فقد توصلت الديمقراطيات الراسخة إلى حلول مختلفة لهذه المشكلة، متمثلة في مزيج معين من الحقوق الصحفية من ناحية والالتزامات المفروضة على وسائل الإعلام من ناحية أخرى. فالتوتر بين الحرية والمصلحة العامة يمكن توقعه بأن يشكل تنازعاً محورياً في الديمقراطيات الجديدة. وهذه المجتمعات كثيراً ما تواجه بهوّيات هشّة وانقسامات اجتماعية عميقة وحالة من عدم اكتمال بناء الدولة، مما يجعل حالة التكامل والوحدة تتسمان بأهمية لا حدود لها. وفي الوقت نفسه

فهناك خطر بأن تستغل الحكومات الحاجة إلى الهوية الجماعية والتوافق الجماعي لتبرير اضطهاد الآراء والمعارضة التي لا تتفق معها.

الكثير من الأدبيات المطروحة حالياً بشأن دور وسائل الإعلام في الديمقراطيات الجديدة، تركز على مشاكل السياسة الإعلامية: كيف يمكن تنفيذ المعايير المعيارية التي نوقشت فيما سبق في إطار هيكل النظم الإعلامية التي خلفت الحكومات السلطوية، وما إذا كانت الظروف السياسية والاقتصادية القائمة في بلدان بعينها تشجع على قدرة وسائل الإعلام أو تحبطها فيما يتعلق بأداء دورها الديمقراطي (Curran and Park 2000; Downing 1996; Paletz et al. 1995; Splichal 1994). ومع ذلك، ومهما كانت أهمية هذا البحث بالنسبة إلى دراسة دور الإعلام في الديمقراطيات الجديدة فإنه لا يتدارس الآثار المترتبة على الأداء الإعلامي الفعلي بالنسبة إلى عملية تدعيم الديمقراطية. ومن الناحية الفنية البحتة فإن الإعلام يعامل بوصفه متغيراً تابعاً وخاضعاً للتدخل السياسي أو لقوى السوق بدلاً من كونه متغيراً مستقلاً يؤثر على الطريقة التي تعمل بها سائر الفعاليات السياسية. وبمعنى آخر فإن الميديا في الديمقراطيات الجديدة ليست فقط معرضة للتغير، ولكنها تقوم بدور فعال أيضاً في عملية التحوّل الديمقراطي ذاتها من خلال تشكيل اتجاهات واجراءات سائر المشاركين في تلك العملية.

إن هذا المنظور لم يدخل سوى في الفترة الأخيرة ضمن مجال الحوار الأكاديمي. على سبيل المثال يقترح كلاً من موغان (Mughan) وغونتر (Gunther) مفهوماً أكثر تعقيداً لكي يتفهم دور الميديا ضمن عمليات التغير الاجتماعي بوصفه "علاقة تبادلية بين الإعلام والسياسة على صعيد الديمقراطية والتحوّل الديمقراطي" (2000:2). وطبقاً لهذين

الكاتبين فإن هذا التفاعل لا بدّ من فهمه باعتباره تفاعلاً بين الظروف القائمة على المستوى الكلي الشامل (ومن ذلك مثلاً الهياكل المؤسسية والتنظيمات الرسمية) والمتغيرات القائمة على المستوى الجزئي (ومن ذلك مثلاً قيم ومعتقدات الفاعلين ذوي الصلة). وعلى نفس النهج فإن فيتش (Pfetsch) يقول بأنه إذا ما فهمنا الطريقة التي تمثل بها السياسة على النطاق العام فإن علينا ألا نقتصر فقط على دراسة الظروف المؤسسية ضمن إطار النظام السياسي ولا في النظام الإعلامي، بل علينا أن نتدارس كذلك البعد الثقافي في النظام السياسي الذي ينطوي على "اتجاهات ومواقف الإجراءات الذاتية ومعايير العناصر الفاعلة في الأدوار المهنية للاتصال السياسي" (345 :2004) .

فهم ديناميات الاتصال السياسي - نهج تفاعلي

يتابع هذا المجلد ومن ثم يحاول أن يطور خطاً مماثلاً في الطرح من خلال اتباع منظور عملي الاتجاه بشأن العلاقة بين الاتصال الجماهيري والتحوّل الديمقراطي. ومن ثم فإن التركيز الرئيسي لفصول هذا الكتاب لا ينصبّ على التغيرات الهيكلية، ولكن على الممارسات اليومية للاتصال السياسي وكذلك على إنتاج واستقبال الرسائل السياسية. هذا الهيكل الشامل الذي يتسم به الكتاب يقوم على أساس نموذج ينطوي على فهم الاتصال السياسي باعتباره نظاماً للتفاعل الدينامي بين الفاعلين السياسيين ووسائل الإعلام وأفراد الجمهور. وكل منهم مشارك بالطبع في إنتاج واستقبال وتفسير الرسائل السياسية (Blumler and Gurevitch 1995). أما النظر إلى الاتصال السياسي باعتباره نظاماً للتفاعل فينطوي على أن هذه المجموعات الثلاث من الفاعلين، تعتمد على أداء الفاعلين الآخرين في المنظومة كمصدر لتحقيق مصالحهم وبلوغ الغايات التي يصبون إليها.

وكنتيجة لارتفاع درجة الترابط أو الاعتماد المتبادل تشارك الفعاليات جميعها – وبالذات الساسة والإعلام بصورة دائمة في شبكة معقدة من التفاعلات والمفاوضات بشأن الأهداف والإجراءات، وفي نهاية المطاف في السيطرة على الأجندة العامة. ولا عجب في أن هذه التفاعلات كثيراً ما تتسم بصراعات ونزاعات ولكنها تتسم بنفس القدر بتفاهمات ونشاطات للتعاون وذلك أمر مطلوب لاستمرار العلاقة فيما بينها.

يمكن استخدام هذا النموذج بصفة تجريبية لتوجيه تحليل الاتصال السياسي لأي سياق سياسي. وبحكم تركيزه على عنصر التغيير يبدو أنه مناسب بالذات لدراسة عمليات الاتصال السياسي للديمقراطيات الجديدة، حيث إن الافتراض الأساسي الذي يصدر عنه أي نهج نظري منظومي يتمثل في أن التغيير في أحد عناصر النظام يسببّ تغيرات في سلوك وتوجيهات الفاعلين الآخرين الذين يحاولون التكيف مع الظروف الجديدة من خلال إعادة تعريف استراتيجيات الاتصال التي يتبعونها. بالإضافة إلى ذلك فإن نظم الاتصال السياسي تستجيب إزاء التغيرات التي تطرأ على البيئة الأوسع التي تعمل في ظلها، وهو ما يمكن أن يفضي إليه التطوّرات السياسية والاقتصادية، بل والعواقب الناجمة بدورها عن الأزمات الدولية أو عن نشوء تكنولوجيات جديدة في مجال الاتصالات ومن ذلك مثلًا شبكة الإنترنت.

ثم إن التحوّلات من حالة الحكم السلطوي إلى حالة الحوكمة الديمقراطية تتطلب توجيهات راديكالية جديدة من حيث الأدوار المصطلع بها وقواعد التفاعل المتبعة ضمن نطاق منظومة السياسة والإعلام، برغم أن العناصر الفاعلة في كثير من الحالات المشاركة في هذه المجالات تكون هي نفس المنظمات بل نفس الأفراد الذين كانوا يعملون في ظل النظام

الجديد. وهذه العملية المتمثلة في إعادة التفاوض على التوازن القوي بين الحكومات والميديا يمكن التوقع بأنها سوف تتحدد بصورة ملموسة على أساس طابع وتوجهات النظام القديم وممارساته في مجال الدعاية السياسية حتى بعد مرور وقت طويل من إنشاء المؤسسات الديمقراطية. ومن المهم أن يظل في نظر الاعتبار، حقيقة أن النظم غير الديمقراطية تختلف في كثير من النواحي ليس فقط فيما يتعلق بهيكل سلطتها، ولكن في الطريقة التي تتعامل بها مع ميديا الإعلام وبما يؤدي إلى تصورات ونزاعات محددة حتى بعد غروب شمس النظام القديم.

ثمة نتيجة مهمة أخرى ينبغي استخلاصها من واقع تدارس الاتصال السياسي كنظام للتفاعل، وهو ما يتمثل في أن النجاح والفشل يتسمان بطابع منظومي قبل أن يكون أي منهما نتيجة أداء عنصر فاعل هنا أو عنصر هناك (Blumler and Gurevitch 1995: 4). ومن ثم فإن نوعية السياسات التي تخضع للإعلام تتوقف على الساسة والإعلاميين أنفسهم وعلى الطريقة التي يقوم فيها كل من هذين الطرفين بمخاطبة المواطنين. وأي افتقار إلى التنوع في "سوق الأفكار" وأي انخفاض في نوعية المعلومات أو غياب المناقشة الانتقادية لا يمثل من ثم مشكلة منعزلة من مشاكل ميديا الإعلام، بل يمثل محصلة للنتائج والقيود المحددة التي تنشأ من واقع علاقات الميديا مع الساسة والجماهير. وبالمثل فالطريقة التي يعد بها السياسيون رسائلهم الموجهة إلى الناخبين تشكل استجابة لاحتياجات ومتطلبات هؤلاء المواطنين بقدر ما أنها دالة تنبئ بمسارات الإعلام المضادة. وأخيراً فإن فهم المواطنين للقضايا السياسية، والطريقة التي يقومون فيها بأدوارهم باعتبارهم الطرف السيادي للعملية الديمقراطية في نهاية المطاف تمثلان إلى حد كبير استجابة لمضمون وشكل ونوعية الرسائل

التي يتلقونها سواء من الساسة أو ميديا الإعلام الجماهيري. وليس معنى هذا أن الصحفيين والساسة والمواطنين لا يتحملون أي مسؤولية عن الأعمال التي يقومون بها، ولكن فَهْم أوجه الترابط بين هؤلاء الفاعلين يساعد على تفسير السبب الذي يجعل الميديا في بعض الحالات قادرة على الوفاء بمعايير الاتصال الجماهيري الديمقراطي أكثر من غيرها.

وسائل الإعلام الجماهيرية

يقال بأن وسائل الإعلام الجماهيرية تقوم بمهمة همزة الوصل الرئيسية التي تربط بين الحكومات والأحزاب السياسية والمرشحين وما إلى ذلك، وبين جماهير الناخبين، باعتبار أن سبل الاتصال المباشر بين المواطنين وممثليهم تتسم بأنها محدودة للغاية، سواء من ناحية حجم المواطنين الذين يمكن الوصول إليه أو حجم القضايا التي لا بدّ من تغطيتها. ومع ذلك فميديا الإعلام لا تمثل فقط القنوات التي يتم من خلالها بثّ الرسائل التي يريد السياسيون أن يبعثوا بها عن طريق الاتصال مع الناخبين، فهم أيضاً مشاركون فاعلون في خلق الرسائل السياسية (Cook 1998). وحتى رغم أن معظم الوقت الذي لا تكون فيه وسائل الإعلام منشغلة في إرسال مثل هذه الرسائل إلا أن لها تأثيراً ملموساً على ما يمكن أن يصل إلى النطاق العام وما يمكن أن يستبعد من هذا النطاق. ومن ثم فهي تقوم بوضع جدول الأعمال المنفذ على النطاق السياسي (Dearing and Rogers 1996; McCombs et al. 1997) ويتساوى في الأهمية ما يتمثل في الأسلوب الذي تطرح به المسائل السياسية بواسطة الجهاز الإعلامي، حيث أن الأعمال الدرامية وشخصنة القضايا والمنظورات المرئية التي تلفت الإنتباه، تمثل كلها نماذج مما ينظر إليه الصحفيون على

أنه موضوع إعلامي جيد. وثمة أسلوب صحفي مهم آخر يتمثل في اتباع صيغة التعارض حيث تطرح الميديا أمر النزاعات السياسية وهو ما يحدده توكمان (Tuchman 1972) على أنه شعيرة استراتيجية (Strategic Ritual) يستخدمها الإعلاميون حتى يحموا بها أنفسهم من أي اتهامات بأنهم يشوهون "الحقيقة"، أما لمجموع الأساليب المتبعة في القواعد الإعلامية – أو روتين جمع المعلومات أو لمعايير اختيار المعلومات وأسلوب عرضها. فقد تم وصفها بمصطلح منطق الميديا (Logic Media) وهي تختلف اختلافاً بيّناً عن سائر صيغ الاتصال الجماهيري ومنها مثلاً أسلوب المنطق الحزبي (Party Logic) الإقناعي السافر وخاصة خلال الحملات الانتخابية (Mazzoleni 1987).

إن منطق الإعلام يمكن فهمه باعتباره استراتيجية تستخدمها وسائل الإعلام للحفاظ على علاقتها بجمهور من المستقبلين لرسالتها، لأنها تعتمد على هذا الجمهور من أجل استمرارها اقتصادياً. وبالنسبة إلى معظم المشاهدين والقراء فالسياسة لها دور هامشي محدود للغاية في حياتهم اليومية، حيث إنهم يتطلعون إلى ما يسهل استهلاكه من معلومات "محدودة الوضوح" (Low Salience Neuman 1986). والطريقة التي تطرح بها ميديا الإعلام قضايا السياسة تلبي هذه الاحتياجات على أساس كامل حتى إلى النقطة التي تنمحي فيها الحدود الفاصلة بين عنصر المعلومات السياسية وعنصر الترفيه. وفيما يتعلق بالعلاقات التي تصل بين الميديا وبين الفاعلين السياسيين، فإن منطق الإعلام جدير بأن يسبب تنازعات بشأن اختيار وتحديد القضايا السياسية. ومع ذلك، وبما أن وسائل الإعلام تعتمد على سطوة السياسيين باعتبارهم مصدراً موثوقاً للتقارير والمعلومات ذات القيمة الإخبارية العالية، فإن عليها أن تتوخى توازناً مرهفاً بين الالتزام

بقواعدها الخاصة في إطار اللعبة وبين تقديم تنازلات لمصادرها بما يحافظ إلى حد كبير على علاقات العمل المذكورة أعلاه. في بعض الحالات قد يصل الأمر إلى أن تقدّم وسائل الإعلام تنازلات بحكم منطقها إلى درجة تدعوها إلى تشكيل تحالفات مع الفاعلين السياسيين. وفي هذه الحالات تعمد وسائل الإعلام إلى إبرام صفقة تتبادل فيها الولاء لأحزاب بعينها أو للحكومة مقابل حصولها على مصادر إخبارية تتسم بأنها متميزة عن غيرها وكثيراً ما تكون انفرادات إعلامية.

لا يمكن الافتراض بأن منطق الميديا وعناصرها المحددة ستظل موحدة عبر الزمن والثقافة السائدة. فيما تنشأ بعض من صيغ العرض الإعلامي من واقع طبيعة التكنولوجيات الإعلامية المحددة، ومن ذلك مثلاً اعتماد التلفزيون على الصورة المرئية، فإن هناك أطرافاً أخرى تبدو وكأنها متجذرة في صميم النظم القيمية الثقافية، ومن ثم فهي أكثر انفتاحاً على الظروف والسياقات القائمة، وهو ما يطرح سؤالاً مفتوحاً بشأن المدى الذي يمكن فيه لميديا الإعلام في ظل الديمقراطيات الجديدة أن تتبنى القيم الإخبارية التي تنظم عمل الإعلام الغربي، ولأي درجة تواصل اتباع الأعراف الموجودة والمتبعة في الثقافة السياسية الوطنية في بلدها. وبنفس القدر فقضية ما إذا كانت الميديا سوف تشكل تحالفات مع أطراف بعينها أو ترضخ إزاء عقائد أيديولوجية بذاتها ستظل أمراً متأثراً بالتكوينات التي تتبلور ضمن نطاق نظام كالاتصال السياسي، حيث أن معظم وسائل الإعلام تكون على ارتباط وثيق بفعاليات سياسية معينة في ظل النظام القديم: إما بوصفها أدوات للدعاية لصالح الحكومة أو الحزب الحاكم أو باعتبارها إعلاماً سرياً بيد جماعات المعارضة ومتمسكاً بالحفاظ على هذه العلاقات بعد التحوّل بما يمكن أن يمد الوسائل الإعلامية بهوية

تحريرية متميزة بل وبدعم اقتصادي. ومع ذلك ففي ظل تغير توقعات الجمهور تظل هذه الاستراتيجية محفوفة بالخطر باعتبار أن الإعلام الحزبي يمكن النظر إليه بأنه أقل جدارة بالثقة من المنافذ المحايدة. ومن الأمور التي تدعو إلى عميق الانشغال، ليس فقط في ظل الديمقراطيات الجديدة، ولكن أيضاً في ظل الاقتصاديات الراسخة، ما يتعلق بها إذا كان المنطق الإعلامي متفقاً أو غير متفق مع المعايير المتعارف عليها لنطاق ديمقراطي جماهيري بعينه، وإلى حد ما يستطيع المرء أن يقول بنشوء منافع ديمقراطية بفضل وجود نظام احترافي للأخبار. وعلى سبيل المثال فإن إدراج وجهات نظر المعارضة لدى تغطية الأحداث الراهنة يلبي جانب تفضيل الميديا للنزاع باعتباره عنصراً إخبارياً محورياً. وفي الغالب الأعم يؤدي هذا إلى صيغة أقرب ما تكون إلى معارضة آلية تلقائية في مجال التزويد بالأخبار وبما يخفي تعقيد الخلافات السياسية. إلا أن مجابهة الآراء المختلفة مازالت تمثل سبيلاً لتحقيق التعددية في "سوق الأفكار" ودحض أي ادعاءات بالوصول إلى الحقيقة المطلقة. كذلك أن تبسيط وعرض السياسة على أنها حكايات يمكن روايتها يشكّل مساهمة مهمة بدورها في تقديم معلومات شاملة بما يتيح لجميع المواطنين، وليس فقط الخبراء السياسيين والنخبة المتعلمة جيداً سبل المشاركة في الشؤون السياسية. وأخيراً فإن تفضيل ميديا الإعلام لعنصر الاختلاف يشجع على ممارسة الصحافة الاستقصائية. وبما أن السياسيين يحاولون بكل السبل إبقاء الممارسات الملتبسة والأحكام الخاطئة وأوجه الفشل التي تحدث بعيداً عن أضواء الساحة العامة، فإن اهتمام وسائل الإعلام بالفضائح والأخبار العاجلة يمثل قوة دافعة وحاشدة في الكشف عما يجري وراء الكواليس.

مع ذلك إن العناصر الخبرية ذاتها كثيراً ما تتلقى اللوم عن الأزمات

الواضحة التي أصيب بها الاتصال السياسي في الديمقراطيات الغربية. وبدلاً من الوصل بين المواطنين وعالم السياسة، من المعتقد أن ما أصيب به الاتصال السياسي من عناصر التفاهة، فضلاً عن غلبة عنصر الترفيه وخاصة في التلفزيون هي العوامل المسؤولة عن ذلك التوجس المتنامي من جانب المواطنين ومن ثم امتناعهم حتى عن المشاركة الأساسية في أمور مثل الإدلاء بأصواتهم (Putnam 1995). كذلك، وكما يقول باترسون (Patterson 1993) إن أسلوب المجابهة في تغطية الانتخابات أفضى إلى صورة اتسمت بها السياسة وتكاد تماثل سباقات الخيل واستعراضات الملاعب أكثر من أن تتسم بكونها حواراً رشيداً يدور حول البدائل السياسية. وفي الوقت نفسه فإن بحث الميديا عن الفضائح أصبح متهماً بأنه في حال من التدهور المطرد ليصل إلى مرحلة مطاردة البشر بحثاً عن الفضائح مما يبدو في غالب الأحيان وكأنه لا يمتّ بأدنى صلة إلى القضايا السياسية الموضوعية (Thompson 2000). ويبدو أن مدى ملاءمة المنطق الإعلامي للمهمة الديمقراطية التي يقوم بها الاتصال الجماهيري تجتاز منزلقاً خطراً ويحدده بقدر كبير طابع وحجم القيود التي تحّف السوق، فضلاً عن العقبات القانونية والضغوط السياسية التي تتعرض لها وسائل الإعلام.

تتوجه الفصول التي يضمها الجزء الأول من هذا المجلد إلى معالجة مشكلات الأداء الديمقراطي لوسائل الإعلام في الديمقراطيات الجديدة ومن منظورات مختلفة وفي ظل الظروف السياسية والثقافية المختلفة. ويسرد باريرا وزوغاستي وصفاً تاريخياً لبواكير ما أصبح يعرف اليوم باسم الديمقراطية الإسبانية الراسخة، حيث يوضحان أنه في غمار الحالة بالغة الهشاشة التي أعقبت وفاة الجنرال فرانكو (Franco) فقد وضعت

وسائل الإعلام نفسها إلى جانب النخب ذات التوجه الديمقراطي ومارست دورها لصالح القيم الديمقراطية والتكامل القومي. أما دو سمايلي فيحاول استكشاف العلاقة بين الإعلام والحكومة في روسيا اليوم وهي علاقة تتسم بدرجة بالغة من غياب الثقة والعداوة المتبادلة. وفي جنوب أفريقيا فحالة بعد نهاية نظام الفصل العنصري (الأبارثيد) فتتسم بأوجه تماثل وأوجه اختلاف لها أهميتها. ويحلل واسرمان ودو بير العلاقة بين الإعلام والحكومة المنتخبة جيداً على ضوء التنازع بشأن الدور الديمقراطي لوسائل الإعلام على نحو ما يتجسد في مفهوم "المصلحة الوطنية" مقابل مفهوم "المصلحة العامة". وتوضح الفصول التي قدمها دو سمايلي وواسرمان ودو بير أسلوب استخدام المبادئ الأولى من جانب الأطراف المعارضة من أجل إعادة التفاوض على القواعد التي تنظم الاتصال الجماهيري. أما الفصل الذي كتبه ويسبورد فهو يتحوّل بمحور التركيز للعلاقة بين الميديا وجماهيرها حيث يقول إن معظم وسائل الإعلام في أميركا اللاتينية لا تتبع النموذج الغربي في الموضوعية الصحفية. وبدلاً من ذلك فهي تسعى إلى كسب الجماهير من خلال دعم وتعزيز آراء سياسية معينة. ومن هذا المنظور فإن نشوء صحافة حزبية قوية يمكن تفسيره من خلال استجابة الميديا لاحتياجات الجماهير قبل أن يفسر من واقع اعتمادها على القوى السياسية. الفصل الأخير الذي قدمه كل من كرسنبوكا وبرانس في هذا الفرع من الكتاب فيتحوّل إلى أوكرانيا وهي بلد كان في وقت الكتابة قد حقق النذر اليسير من التقدّم في مجال تنفيذ الهياكل الديمقراطية. وهنا يوضح الكاتبان أنه في إطار وضع تتولى فيه الحكومة سيطرة مطلقة على وسائل الاتصال الجماهيري، فإن من شأن التكنولوجيات الجديدة في مجال الاتصال ومنها الإنترنت أن تكتسب أهمية جوهرية في عملية التحوّل الديمقراطي للاتصال الجماهيري.

الفعاليات السياسية

في الديمقراطيات الجماهيرية الغربية، أصبحت الفعاليات السياسية-وبالذات الحكومات والأحزاب السياسية تعتمد اعتماداً كبيراً على وسائل الإعلام. وخلال الحملات الانتخابية تتمثل الاستراتيجية الإعلامية للحزب أو للمرشح في أنها حجر الأساس المحوري للنجاح في الانتخابات. وهذا الاعتماد على الميديا ليس جديداً بالمرة: كما يوضح سايمور - أوري (Seymour-Ure 1974) فإن تطوّر الأحزاب السياسية المعتمدة على الجماهير خلال القرن التاسع عشر كان يرتبط بصورة وثيقة بنشوء صحافة ذات توزيع جماهيري وشعبي وقادرة على تسييس وتعبئة قطاعات واسعة من المجتمع وفي مقدمتها بالذات الطبقة العاملة. ومع ذلك فإن المدى الذي أصبحت فيه الميديا جزءاً لا يتجزأ من الاستراتيجية الحزبية أو حتى المدى الذي تعمل فيه كبديل عن منظمة حزبية فعالة (Polsby 1980) ، مازال يشكل ظاهرة جديدة في المحل الأول.

وبقدر ما يتعلق الأمر بالديمقراطيات الراسخة فثمة عوامل شتى أسهمت في هذا التطوّر، ويمثل أهمها ما طرأ من انحسار فيما يتصل بالهوية الحزبية، فضلاً عن وجود هيئة انتخابية متذبذبة بصورة متزايدة. وفي ظل عدد متزايد من الناخبين غير الحاسمين، والتناقص في معدلات الإقبال على التصويت أصبح الأمر يتطلب بذل المزيد من الجهود من أجل إقناع الذين لم يحسموا آراءهم بعد. وفي الوقت نفسه فقدت الأحزاب الكثير من مواردها في مجال التواصل التقليدي، فعدد أعضاء الحزب الفعالين الذين يتطوعون من أجل توزيع مواد الحملة الانتخابية ويضطلعون بتنفيذ الجولات التي تنتقل من منزل إلى آخر، قد انخفض كثيراً. كذلك انحسرت وضعفت التحالفات التقليدية مع المنظمات الوسيطة على مدار

العقود الماضية، التي منها مثلاً النقابات والكنائس. وعليه فالحملات الانتخابية التي نظمت مؤخراً شهدت قدراً كبيراً وغير مسبوق من عمليات التحديث والاحترافية في مجال العملية الانتخابية، مما أصبح يشار إليه على أنه أمركة (Americanization) الاتصال الانتخابي (Swanson and Mancini 1996)، وأصبحت الاستراتيجيات الجديدة في هذا الصدد تتركز على الاستغلال الفعال للأجندة الإعلامية من خلال رسم رسائل سياسية مخصّصة على مقاسها وبطريقة تقلل إلى أدنى حد من المنطق الإعلامي وعلى نحو يكاد يكون كاملاً. كما أن الاستشارات السياسية التي تتخصص في تصميم الحملات الإعلامية لصالح الفاعلين السياسيين أصبحت صناعة نامية في طول العالم وعرضه حيث ينشط على صعيدها دكاترة التكييف الإعلامي (Spin Doctors) مثل ديك موريس (Dick Morris) وبيتر غولد (Peter Gould) وساتشي (Saatchi) الذين يبيعون منتجاتهم عبر العالم كله ويجتذبون زبائن من كثير من الديمقراطيات الجديدة بما في ذلك روسيا وجنوب أفريقيا وكوريا الجنوبية (Plasser and Plasser 2002).

من أسباب ارتفاع الطلب على الخبراء الاستشاريين السياسيين في الديمقراطيات الجديدة ما يتمثل في أن "أمركة" الحملات تبدو وكأنها مفصلة تماماً على مقاس الأحزاب السياسية في نظم ما بعد السلطوية (Post-Authoritarian). وبرغم أن هناك اختلافات كبيرة عبر البلدان فكثير من الأحزاب في الديمقراطيات الجديدة تدخل السباق الديمقراطي من دون أن يتوافر لها أي موارد اتصالية فعالة تحت تصرّفها. وكثيراً ما تشكل أحزاب ما بعد التحوّل أمثلة نمطية من "أحزاب الاحتراف الانتخابي" التي قال بها بانيبيانكو (Panebianco 1988) إنها تفتقر إلى أي

عضوية لها قيمتها وهي مبنية بصورة تكاد تكون مقصورة على الأنشطة والطموحات التي تراود شخصيات النخبة - انظر أيضاً Diamond) and Gunther 2001; Hofferbert 1998). وبغير وصول فعال إلى حيث الميديا الإعلامية فإن هذه الأحزاب ستظل عاجزة عن تعبئة الدعم الشعبي الكافي لكي تكسب الانتخابات. على أن مشاكل التخبط إزاء من توافر التأييد الانتخابي فضلاً عن التنظيمات الحزبية الضعيفة لا تتلاشى بالضرورة حتى بعد إجراء الانتخابات؛ فكثير من الديمقراطيات الجديدة وخاصة في شرقي أوروبا شهدت تحوّلات هائلة في تفضيلات الناخبين، ومفادها أن الأحزاب التي تفوز بأغلبية مريحة في انتخاب سبق ما لبثت أن أزيحت تماماً من الصورة السياسية في الانتخاب الذي تلاه Klingemann) et al. 2000). وعلى ذلك تجنح الحكومات إلى عدم تسليم مقاليد السيطرة على الإعلام وخاصة التلفزيون. بل من المفارقات أنها تستخدم طرقاً مماثلة للغاية في استغلال الأخبار على نحو ما كان يفعل أسلافها في النظام السلطوي. إلا أن ما يبدو وكأنه عادات سيئة ومستديمة لا يعدو في حقيقة الأمر نتيجة من نتائج المشاكل الهيكلية المحددة للسياسة الانتخابية في الديمقراطيات الجديدة، حيث إن الأحزاب السياسية والمرشحين يمثلون فعاليات راشدة تستخدم أي سبل متاحة لتحقيق هدفها في الحصول على السلطة والحفاظ عليها. وبقدر ما تفتقر إلى قنوات سياسية للتعبئة ومن ذلك مثلاً دوائر الأنصار المؤيدين وعضوية القواعد الشعبية على نطاق واسع وتوافر التحالفات المجتمعية، بقدر ما أنها سوف تجنح على الأرجح إلى استغلال وسائل الإعلام لتحقيق أغراضها.

الحالة تختلف بعض الشيء في البلدان التي تضم هياكل من التعددية المنظمة، وكان بإمكانها من ثم أن تخلد إلى بعض السبات الشتوي خلال

الحكم السلطوي، إما بسبب وجود أحزاب سابقة ولم يتم استبعادها تماماً من الصورة، أو بفضل وجود حركات معارضة قوية تطوّرت وأصبحت من ثم قادرة على تشكيل أحزاب ديمقراطية جيددة تستند إلى دعم شعبي وطيد. وفضلاً عن ذلك فإن السياسيين والأحزاب ممن يتمتعون بقدم راسخة في الهياكل غير الرسمية من الحياة الاجتماعية يمكنهم استخدام هذه الوشائج الاجتماعية بوصفها مصدراً للتعبئة في حالات التنافس الانتخابي وفي غياب مسارات عقائدية قوية يمكن أن تعيد الأحزاب السياسية تنشيط رموزها الثقافية المستقاة على سبيل المثال من الهوية الدينية أو الإقليمية أو الإثنية من غمار التنافس على تأييد الناخبين. وإذا ما أمكن للأحزاب أن تعتمد على هذه الأنواع من الموارد الاتصالية التقليدية فمن المستبعد أن تعتمد النطاق الكامل لاستراتيجيات الحملات "الخاضعة للأمركة". وبدلاً من ذلك فقد يتطوّر الأمر إلى اعتماد أشكال جامعة في مجال الاتصال حيث تجمع بين أسلوب استغلال العوامل المحلية وبين تقنيات التسويق الاحترافي.

وإذا ما فهمنا استراتيجيات الحملات والتسويق السياسي كجزء من التفاعلات التي تحدث على صعيد نظام الاتصال السياسي فحينئذ ينبغي مراعاة استجابات الأطراف المشاركة الأخرى في هذه العملية؛ ذلك لأن تطوّر الاتصال السياسي للديمقراطيات الغربية يوضح أنه كلما رضخ المرشحون أو الأحزاب السياسية إزاء الحسبة الجديدة من الحملات الحديثة، فإن الإعلام كان أكثر من مستعد للإنضمام إلى هذه اللعبة بحكم التوافق التام بين الرسائل التي وردت من مصادر الإعلام وبين منطق التشغيل الإعلامي ذاته؛ فالأحزاب التي خضعت لتخطيط جيد، والمرشحون الذين يبثون رسائلهم عن بُعد، إضافة إلى "المقاطع الصوتية"

الحافلة بالإثارة والجرعة الصحيحة المقدمة من الرسائل العاطفية، كل هذا يشكّل المدخلات التي تغذي آلة فعالة لحملة ناجحة، وتلك أمور لا يمكن أن تقاومها وسائل الإعلام. ومع ذلك فسرعان ما أدركت الميديا أنها تواجه مخاطر فقدان استقلالها الذاتي ومن ثم خسارة مصداقيتها إذا ما وصلت إلى حالة من الرضوخ من أجل أن تبث رسائل سابقة التجهيز في الحملات الانتخابية. وعليه فقد بدأت في اصطناع "صيغة مزوقة" من مواضيع التغطية الإخبارية ومن ثم كان كشف الرسائل على أنها مغرضة ومضللة. و"ازدراء" الأخبار بهذه الطريقة يساعد الميديا على أن تستعيد قدراً من الاستقلال الذي فقدته لصالح الاستشاريين المحترفين في مجال الاتصال (Esser et al. 2001; Semetko et al. 1991). ومن هنا فإن أسلوب نقل الأخبار البالغ في تطرفه وعلى نحو ما يمكن ملاحظته في كثير من الديمقراطيات الجديدة قد لا يكون مؤشراً إلى حد ما عن ميديا بالغة الطموح وتسعى جاهدة إلى أداء مهمتها الرقابية بقدر ما يمكن أن تشكل استراتيجية إعلامية لكي تثبت الميديا استقلالها بعيداً عن القابضين على مقاليد السلطة السياسية.

السؤال هو كيف يستجيب الناخبون إزاء سباق أسلحة انتخابية متسارع بغير هوادة؟ بعض الدارسين أثار شواغل بشأن تزايد سلوك التفتيش عن النقائص والتشهير فيما بين المعسكرات المتعارضة قائلين أن الحملات السلبية تؤدي إلى تقليل حجم الإقبال على الانتخابات (Ansolabehere and Lyengar 1997) - برغم أن هذا أمر مازال محل خلاف فضلاً عن أنه لا تتوافر قرائن أمبريقية تطرح صورة قاطعة في هذا المضمار (Brians and Wattenberg 1996). وبرغم النواقص الظاهرة التي تشوب الحملات الحديثة فإن البحث الميداني أوضح أنها تفي بمهمتها

الديمقراطية بصور جيدة ومدهشة؛ فالاتصال في الحملات قادر على تفعيل التحالفات الحزبية الكامنة، بل أنه يسهم في تزويد الناخبين بالمعرفة السياسية (Farrell and Schmitt-Beck 2002; Finkel 1993 Huckfeldt et al. 2000) ومع ذلك فلا يزال ثمة شكوك بشأن ما إذا كانت الفضائل الديمقراطية للتسويق السياسي والانتخابات بالنسبة إلى حوار راشد عام بشأن السياسات التنافسية، قد تساعد تقنيات الحملات الحديثة الأحزاب السياسية والمرشحين على كسب أغلبيات في بيئة تتسم بالتقلب الشديد وإن كانت خالية بصورة مفزعة من الأفكار المستجدة والحلول السياسية الخلاقة، حيث أن استراتيجية تّجنب الأصول الأيديولوجية والالتزامات السياسية الواضحة بدعوى عدم استبعاد الناخبين غير الحاسمين لآرائهم قد تؤدي في نهاية المطاف إلى تجريد السوق العام من أي أفكار من قريب أو بعيد.

الفصول الواردة في الجزء الثاني من هذا المجلد تعمل على اكتشاف الفعاليات السياسية في سياقات بالغة الاختلاف مثل أميركا اللاتينية وتايوان وروسيا من حيث التواصل مع المواطنين، وخاصة خلال الحملات الانتخابية. إن التحليل المقارن الذي طرحه إسبندولا للحملات الانتخابية التي تمت مؤخراً في أميركا اللاتينية يؤكد على الأهمية الجوهرية لوجود منظمات حزبية تتسم بالكفاءة، حيث يوضح أنه خلال عمليات الانتخاب التي تتسم بطابع "الأمركة" وهو ماتمّ على نطاق واسع ثبت أن الحملات الواسعة النطاق التي جرت على نطاق القواعد الشعيبية الواسعة أثبتت مدى النجاح الأكبر الذي حققته استراتيجية الفوز بالانتخابات في تلك البلدان. أما فصل رونسلي فتحوّل إلى الانتخابات التي تمت مؤخراً في تايوان حيث يصل إلى نتائج مماثلة. وحتى في هذا البلد الآسيوي فإن

المنظمات الحزبية والعقائد الحزبية تلعب دوراً أقل أهمية حيث أن المرشحين يستخدمون استراتيجيات تجمع بين التقنيات الحديثة في الحملات وبين الاعتماد على الأنماط التقليدية في التواصل مع الناخبين. وسواء في حالة أميركا اللاتينية أو في حالة تايوان فإن الميديا لا تمثل سوى قناة واحدة للاتصال تكمّل ولكنها لا تحّل محل الاتصال التقليدي في الحملات الانتخابية. لكن الحالة مختلفة بصورة مثيرة في روسيا حيث أن تحليل أوتز (Oates' Analysis) للانتخابات الرئاسية والبرلمانية التي تمت مؤخراً في روسيا، يوضح كيف أن السيطرة على الميديا حل محل المنظمات الحزبية، باعتباره أداة من أدوات تعبئة جموع الناخبين. وأخيراً يعود لي إلى تايوان ليستكشف التواصل السياسي فيما يتجاوز الحملات الانتخابية حيث يحلل أسلوب استخدام الحكومة شبكة الإنترنت للتواصل مع المواطنين. وهذا الفصل يحدد مزايا وعيوب الحكومة الإلكترونية ويناقش كيف أن المواطنين في تايوان استجابوا إزاء الفرص التي أتيحت بفضل الاتصال الإلكتروني المباشر مع ممثليهم المنتخبين.

المواطنون

يشير التحوّل إلى العنصر الثالث من النظام السياسي وهو المواطنون إلى أن أثرهم فيما يسمى بالاتصال العام هو أثر محدود بقدر ما. وعلى خلاف السياسيين ووسائل الإعلام فإن صوت الناس قلّما يسمع في الإطار العام، إلا إذا نجحوا في تنظيم صفوفهم من أجل اتخاذ إجراءات جماعية فعالة. ومن ذلك مثلاً حركات المواطنين أو التظاهرات الجماهيرية التي تتم على نطاق واسع. وليس معنى هذا القول بأن المواطنين لا قيمة لهم بالنسبة إلى تشكيل الاتصال السياسي. وعلى العكس، وبما أن حشد التأييد الشعبي يمثل الهدف النهائي للأنشطة الاتصالية لوسائل الإعلام والفعاليات

السياسية، كما إن تفضيلات المواطنين تشكل السبيل الذي يتم به توصيل الرسائل السياسية في النطاق العام. ومع ذلك فالمواطنون يشغلون بصورة واضحة نهاية خط التلقّي للعملية الاتصالية السياسية بدلاً من أن يكونوا ضالعين بصورة فعالة في خلق ونشر الرسائل السياسية. وعلى ذلك يميز بلوملر وغيريفيتش (Blumler and Gurevitch 1995:12) بين التفاعلات الأفقية التي تحدث بين المؤسسات السياسية وميديا الإعلام من ناحية وبين نظيرتها الرأسية التي تتدفق من أعلى إلى أسفل من حيث الاتصال بين هذه الفعاليات والمواطنين من الناحية الأخرى. وعلى ذلك فالسؤال الجوهري هو ما إذا كانت المعلومات السياسية التي تقدّمها الفعاليات السياسية والميديا تسهم في وجود حلقة من المواطنة "المستنيرة" والمشاركة.

الحاصل هو أن المدى الذي تؤثر به الرسائل السياسية على توجهات وخيارات المواطنين السياسية ظلت الشغل الشاغل الرئيسي في بحوث الاتصال السياسي منذ فترة باكرة ترجع إلى أربعينيات القرن العشرين، عندما أجرت مجموعة باحثين من رفاق "بول لازرز فيلد" أول بحث أمبريقي في مجال الدعاية السياسية والدور الذي تلعبه وسائل الإعلام خلال الحملات الانتخابية (Lazarsfeld et al. 1944 reprinted 1968). ومنذ البداية الأولى فإن بحوث الآثار الإعلامية واجهت مصاعب منهجية ونظرية ملموسة مما أدى إلى قرائن متناقضة وكثيراً ما كانت مخيبة للآمال من حيث ضعفها بالنسبة إلى وجود المؤثرات الاتصالية (Bartels 1993).

من النتائج المهمة التي ينبغي إستقاؤها من الكمّ الكبير من الأدبيات المطروحة في هذا الميدان ما يتمثل في أن الرسائل الإعلامية قلّما تؤثر على مستقبليها بطريقة مباشرة وفورية باعتبار أنها تمر ضمن حواجز التنقية

أي من خلال العمليات المعرفية المعقدة للإدراك والتفسير. وعند تلقي الرسائل السياسية يستخدم الأفراد النظم والمعتقدات المعرفية القائمة لكي يفكوا الرمز المطروح ويعملوا على تقييم ما قرأوه أو ما شاهدوه (Livingstone 1996; Zaller 1992). وفضلاً عن ذلك فإن هذه العمليات قائمة في صلب العمليات الاجتماعية للتفاعل مع الآخرين على صعيد البيئة الاجتماعية التي ينتمي الفرد إليها. ومعظم الناس يتكلمون مع أفراد عائلتهم أو أصدقائهم أو رفاقهم من العاملين بشأن القضايا السياسية التي يرون أهميتها ومن ثم فإن تأثير الرسائل السياسية يتم تصفيته من خلال المصالح المشتركة والمعايير الجماعية التي يتقاسمونها (Huckfeldt and Sprague 1995; Schmitt-Beck 2003). والنتائج التي تم التوصل إليها بأن آثار الميديا ليست موحدة عبر الزمن أو القضايا المطروحة أو جماعات المستقبلين أفضت إلى مفهوم الجمهور الفعال (Biocca 1988). والافتراض المحوري في هذا النهج يتمثل في أن آثار الاتصال تتوقف كثيراً على خصائص أفراد الجمهور وكيفيّة قيامهم بمعالجة المعلومات التي يستقبلونها بقدر ما يعتمد ذلك أيضاً على المحتوى الفعلي للرسالة المطروحة.

الحاصل أن الأمر يستوجب التأكيد على أن الطابع المتلازم للآثار الإعلامية (وآثار الاتصال بشكل عام) لا ينطوي على أن الرسائل السياسية لا ينجم عنها أثر بالنسبة إلى المواقف السياسية للمواطنين أو سلوكهم. وعلى سبيل المثال فقد أفضت البحوث الأمبيريقية إلى طرح دلائل قوية بشأن قوة الإعلام في وضع وتأطير الأجندات ذات الصلة، حيث أن وضوح قضايا معينة على جدول الأعمال الإعلامي يسبق تقييم الأفراد للأهداف السياسية (Iyengar and Kinder 1987). وحتى

برغم أن الميديا والحملات السياسية قد لا تستطيع تشكيل خيارات الفرد التصويتية مباشرة، فإن عملية طرح قضايا وجوانب معينة من المسائل ذات الصلة بصورة أوضح بالنسبة إلى ما يهتم به الجمهور، إضافة إلى الحديث عنها للمواطنين الآخرين، كل هذا يمكن أن ينجم عنه في نهاية المطاف أثر ملموس فيما يتعلق بالنتيجة التي يسفر عنها عملية انتخاب ما. وفضلاً عن ذلك فإن الطروحات الحزبية في وسائل الإعلام، وخاصة عندما تأتي متسقة مع معايير البيئة الاجتماعية للفرد أثبتت أنها عامل مهم في حشد الولاءات والمشاركات السياسية في الانتخابات (Dalton et al. 1998)، بينما يمكن التعرض إزاء المعلومات الشاملة ويقصد بها التحيزات الإعلامية التي تتناقض حتى مع افتراضات الأفراد – أن تزيد من حالة التذبذب في التصويت بين صفوف المواطنين الذين يقل في حالتهم الشعور بالهوية الحزبية (Brynin and Newton 2001) .

كل هذه النتائج تنبع من واقع الديمقراطيات الغربية المستقرة. ولكن لا يوجد سوى قدر ضئيل جداً من البحوث الميدانية المتعلقة بأثر الاتصال الجماهيري والحملات السياسية على المواطنين في الديمقراطيات الجديدة. وبرغم إمكانية الافتراض بأن الآليات المعرفية والاجتماعية المتماثلة يمكن أن تعمل بنفس القدر على صعيد الديمقراطيات الجديدة والقديمة على السواء، فإن الظروف المحددة التي يواجه فيها المواطنون ويستجيبون للرسائل السياسية خلال فترات التحوّل السياسي يمكن أن تختلف اختلافاً بيّناً عن السياق الغربي؛ حيث العلاقة بين الناخبين والميديا والفعاليات السياسية علاقة مستقرة نسبياً. وعلى مدار فترة كبيرة من الزمن بعد انتهاء النظام القديم، يعيش المواطنون في الديمقراطيات الجديدة حالة شديدة بصورة استثنائية من عدم اليقين؛ فالأمر لا يقتصر فقط على عدم إمكانية

التوقع بما يخبئه المستقبل من حيث استمرار الحالة الراهنة، ولكن كثيراً من القيم والممارسات التي كان المواطنون قد اكتسبوها خلال معيشتهم في ظل الحكم الأوتوقراطي تصبح غير ملائِمة للسيطرة على الوضع الجديد بطريقة فعالة.

وعندما يأتي الأمر إلى الانتخابات فإن معظم المواطنين في الديمقراطيات الجديدة، ربما من فلول المؤيدين للحزب الحاكم السابق، أو مِن الذين شاركوا في حركة معارضة ضد النظام القديم، يطرحون خياراتهم من دون أن يتمكنوا من الاعتماد على معتقدات طويلة الأجل ولا إنتماءات سياسية يمكن التعويل عليها. ومن ثم يستطيع المرء أن يفترض بأن دور الميديا في الديمقراطيات الجديدة يتجاوز مجرد تعزيز وحشد الخيارات القائمة، ولكنه يصل إلى درجة كبيرة من تشكيل وتغيير توجهات وسلوكيات المواطنين. ومع ذلك يعتمد مدى ما تصل إليه هذه الحالة على الديناميات القائمة ضمن نطاق نظام الاتصال السياسي ككل. وعلى أداء الفعاليات ذات الصلة في إطار الظروف الجديدة. وفي البلاد التي عملت فيها الأحزاب السياسية من أجل الحفاظ على الأقل على بعض من هيكلها التنظيمي وقيمها وأعرافها في مرحلة السلطوية السابقة، فمن المرجح أن تدافع عن موقفها باعتبارها من العناصر الرئيسية لعملية التطبيع السياسي. وإذا لم يكن هذا هو الحال يمكن للميديا أن تخترق هذا الفراغ الناتج في التوجهات شريطة أن تتمتع وسائل الإعلام بما يكفي من الثقة والمصداقية بين صفوف جماهيرها بحيث تقبل بوصفها من قادة الرأي في الأمور السياسية.

تطرح الفصول التي يضمها الجزء الثالث من هذا المجلد مادة أمبريقية فريدة في بابها حيث تساعد على فهم عوامل قوة وضعف وسائل الإعلام

في تحريك الرأي العام في الديمقراطيات الجديدة. إن مساهمة "بكفيتش" تسهم أكثر في طرح فكرة جمهور فعال، وتوضح كيف أن المواطنين الروس يدركون ويفسرون ما يصادفونه في ميديا الإعلام. وتؤيد النتائج التي توصلت إليها الطابع القابل للجدل في استقبال المعلومات الذي ينكر أي فكرة تبسيطية تتعلق بتأثيرات الميديا. أما هوايت وباكلستر فيظلان في روسيا لتحليل تأثيرات التلفزيون في الانتخابات البرلمانية الأخيرة باستخدام البيانات التي تحّصلت من المجموعات المحورية والمسوحات الممثلة التي توضح أن خيارات التصويت للأحزاب المدعومة من جانب الكرملين كانت متأثرة إلى حد كبير بالتلفزيون، بينما الخيارات لصالح الحزب الشيوعي ظلت إلى حد كبير غير متأثرة بالتعرض لوسائل الإعلام. وأخيراً يتحرك كل من "فولتمِر وشمت - بِك " فيما يتجاوز السياسة الانتخابية لمناقشة قضية ما إذا كانت ميديا الإعلام تتبنى أو تدمر المواطنة الديمقراطية ودعم الديمقراطية. وتشمل البيانات التي يطرحانها نتائج المسوحات الاستقصائية التي أجريت في أربع ديمقراطيات جديدة-اثنتان في شرقي أوروبا واثنتان في أميركا اللاتينية بما أتاح مقارنة بين السياقات الموقفية والمؤسسية المختلفة للاتصال السياسي.

أما الفصل الأخير من الكتاب فيتوجه إلى مناقشة القضايا المطروحة في المقدمة من منظور مقارن، من خلال الجمع بين النتائج الرئيسة لفرادى الفصول الواردة في هذا المجلد. ولسوف يتم استكشاف تفسيرات ممكنة لأوجه التشابه والاختلاف بين البلدان في إطار محاولة لتوسيع فهمنا للتفاعل القائم بين وسائل الإعلام الجماهيرية والفعاليات السياسية والمواطنين على صعيد الديمقراطيات الناشئة.

المراجع

Ansolabehere, S. and Iyengar, S. (1997) *Going Negative. How Political Advertisements Shrink and Polarize the Electorate,* New York: Free Press.

Bartels, L. M. (1993) "Message received. The political impact of media exposure", *American Political Science Review,* 87: 267-85.

Baum, M. A. (2003) "Soft news and political knowledge. Evidence of absence or absence of evidence?" *Political Communication,* 20: 173-90.

Biocca, F. A. (1988) "Opposing conceptions of the audience. The active and passive hemisphere of mass communication theory", in: J. A. Anderson (ed.) *Communication Yearbook,* vol. 11, Newbury Park, CA: Sage, 51-80.

Blumler, J. G. and Gurevitch, M. (1995). *The Crisis of Public Communication,* New York: Routledge.

Brians, C. L. and Wattenberg, M. P. (1996) "Campaign issue knowledge and salience. Comparing reception from TV commercials, TV news and newspapers", *American Journal of Political Science,* 40: 172-93.

Brynin, M. and Newton, K. (2001) "The national press and party voting in the UK", *Political Studies,* 49: 265-85.

Cook, T. E. (1998) *Governing with the News. The News Media as a Political Institution,* Chicago, IL: Chicago University Press.

Curran, J. (1991) "Mass media and democracy. A reappraisal", in: J. Curran and M. Gurevitch (eds) *Mass Media and Society,* London: Arnold, 82-117.

Curran, J. and Park, M. J. (eds) (2000) *De-Westernizing Media Studies*, London: Routledge.

Dahl, R. (1989) *Democracy and its Critics*, New Haven, CT: Yale University Press.

Dalton, R. J., Beck, P. A. and Huckfeldt, R. (1998) "Partisan cues and the media. Information flows in the 1992 presidential election", *American Political Science Review*, 92: 111-26.

Dearing, J. W. and Rogers, E. M. (1996) *Agenda Setting,* London: Sage.

Diamond, L. and Gunther, R. (eds) (2001) *Political Parties and Democracy,* Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press.

Downing, J. D. H. (1996) *Internationalizing Media Theory. Transition, Power, Culture. Reflections on Media in Russia, Poland and Hungary, 1980-1995*, London: Sage.

Entman, R. M. (1989) *Democracy Without Citizens. Media and the Decay of American Politics,* New York:

Oxford University Press.

Esser, F., Reinemann, C. and Fan, D. (2001) "Spin doctors in the United States, Great Britain, and Germany. Metacommunication about media manipulation", *Press/ Politics,* 6(1) : 16-45.

Farrell, D. M. and Schmitt-Beck, R. (2002) *Do Political Campaigns Matter? Campaign Effects in Elections and Referendums*, London: Routledge.

Finkel, S. E. (1993) "Reexamining the "minimal effects" model in recent presidential campaigns", *Journal of Politics,* 55: 1-21.

Franklin, B. (1997) *Newzak and the News Media,* London: Arnold.

Grugel, J. (2002) *Democratization. A Critical Introduction,* Basingstoke: Palgrave.

Gunther, R., Diamandouros, N. and Puhle, H. J. (eds) (1995) *The Politics of Democratic Consolidation. Southern Europe in Comparative Perspective,* Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press.

Gutmann, A. and Thompson, D. (1996) *Democracy and Disagreement,* Cambridge, MA: Harvard University Press.

Hofferbert, R. (ed.) (1998) "Party structure and party performance in new and old Democracies", *Political Studies,* 46 (special issue) .

Huckfeldt, R. and Sprague, J. (1995) *Citizens, Politics and Social Communication. Information and Influence in an Election Campaign,* Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Huckfeldt, R., Sprague, J. and Levine, J. (2000) "The dynamics of collective deliberation in the 1996 election. Campaign effects on accessibility, certainty, and accuracy", *American Political Science Review,* 94: 641-52.

Iyengar, S. and Kinder, D. (1987) *News That Matters. Television and American Opinion,* Chicago, IL: University of Chicago Press.

Keane, J. (1991) *The Media and Democracy,* Cambridge, UK: Polity Press.

Kelley, D. and Donway, R. (1990) "Liberalism and free speech", in: J. Lichtenberg (ed.) *Democracy and the Mass Media,* Cambridge, UK: Cambridge University Press, 66-101.

Klingemann, H.-D., Mochmann, E., and Newton, K. (eds) (2000) *Elections in Central and Eastern Europe. The First Wave,* Berlin: Sigma.

Lazarsfeld, P. F., Berelson, B. and Gaudet, H. (1944, reprinted 1968) *The People's Choice. How the Voter Makes up His Mind in a Presidential Campaign,* New York: Columbia University Press.

Lemert, J. B. (1989) *Criticizing the Media. Empirical*

Approaches, Newbury Park, CA: Sage.

Linz, J. and Stepan, A. (1996) *Problems of Democratic Transition and Consolidation. South Europe, South America, and Post-Communist Europe,* Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press.

Livingstone, S. (1996) "On the continuing problem of media effects", in: J. Curran and M. Gurevitch (eds) *Mass Media and Society,* 2nd edn, London: Arnold, 225-42.

McCombs, M., Shaw, D. L. and Weaver, D. (1997) *Communication and Democracy. Exploring the Intellectual Frontiers of Agenda-setting Theory*, Mahwah, NJ: Erlbaum.

McQuail, D. (1986) "Diversity in political communication. Its sources, forms and Future", in P. Golding, G. Murdock and P. Schlesinger (eds) *Communicating Politics. Mass Communications and the Political Process*, Leicester: Leicester University Press, 133-49.

------- (1992) *Media Performance. Mass Communication and the Public Interest,* London: Sage.

Mazzoleni, G. (1987) "Media logic and party logic in campaign coverage. The Italian general election 1983", *European journal of Communication*, 2: 81-103.

Merkel, W. (1998) "The consolidation of post-autocratic democracies. A multi-level Model", *Democratization,* 5(3) : 33-67.

Mill, J. S. (1859 reprinted 1974) *On Liberty*, London: Penguin.

Morris, N. and Waisbord, S. (2001) *Media and Globalization. Why the State Matters,* Lanham, MD: Rowman & Littlefield.

Mughan, A. and Gunther, R. (2000) "The media in democratic and nondemocratic regimes. A multi-level perspective", in R. Gunther and A. Mughan (eds) *Democracy and the Media. A Comparative Perspective,* Cambridge, UK: Cambridge University Press, 1-27.

Napoli, P. M. (1999) "Deconstructing the diversity principle", *Journal of Communication,* 49(4) : 7-34.

Neuman, R. W. (1986) *The Paradox of Mass Politics. Knowledge and opinion in the American Electorate,* Cambridge, MA: Harvard University Press.

Paletz, D., Jakubowicz, K. and Novosel, P. (1995) *Glasnost and After. Media and Change in Central and Eastern Europe,* Cresskill, NJ: Hampton.

Panebianco, A. (1988) *Political Parties. Organizations and Power,* Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Patterson, T. E. (1993) *Out of Order,* New York: Knopf.

-- (1998) "The media's limitations as an instrument of democracy", *International Political Science Review,* 19(1) : 55-67.

Pfetsch, B. (2004) "From political culture to political communication culture. A theoretical approach to comparative analysis", in F. Esser and B. Pfetsch (eds) *Comparing Political Communication. Theories, Cases, and Challenges*, Cambridge, UK: Cambridge University Press, 344-66.

Plasser, F. and Plasser, G. (2002) *Global Political Campaigning. A Worldwide Analysis of Campaign Professionals and Their Practices,* Westport, CT: Praeger.

Polsby, N. W. (1980) "The news media as an alternative to party in the presidential selection process", in R. A. Goldwin (ed.) *Political Parties in the Eighties,* Washington, DC: American Enterprise Institute for Public Policy Research, 50-66.

Price, M. E., Razumilowicz, B. and Verhulst, S. G. (2002) *Media Reform. Democratizing the Media, Democratizing the State,* London: Routledge.

Putnam, R. D. (1995) "Bowling alone. America's declining social capital ", Journal *of Democracy,* 6: 65-78.

Schmitt-Beck, R. (2003) "Mass communication, personal communication and vote choice. The filter hypothesis of media influence in comparative perspective", *British Journal of Political Science,* 33: 233-59.

Semetko, H. A., Blumler, J. G., Gurevitch, M. and Weaver, D. H. (1991) *The Formation of Campaign Agendas. A Comparative Analysis of Party and Media Roles in Recent*

American and British Elections, Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Seymour-Ure, C. (1974) *The Political Impact of Mass Media,* London: Constable/ Sage.

Splichal, S. (1994) *Media Beyond Socialism. Theory and Practice in East-Central Europe,* Boulder, CO: Westview.

Swanson, D. L. and Mancini, P. (eds) (1996) *Politics, Media, and Modern Democracy. An International Study of Innovations in Electoral Campaigning and their Consequences,* Westport, CT: Praeger.

Thompson, J. B. (2000) *Political Scandal. Power and Visibility in the Media Age,* Cambridge, UK: Polity.

Tuchman, G. (1972) "Objectivity as strategic ritual. An examination of newsmen's notions of objectivity", *American Journal of Sociology,* 77: 660-79.

Voltmer, K. (2000) "Structures of diversity in press and broadcasting systems. The institutional context of public communication in Western Democracies", *WZB Discussion Papers*, **FSIII** 00-201, Berlin: Wissenschaftszentrum Berlin fur Sozialforschung.

Zaller, J. R. (1992) *The Nature and Origins of Mass Opinion,* Cambridge: Cambridge University Press.

الفصل الثاني

دور الصحافة في مراحل التحوّل

(بناء الديمقراطية الإسبانية 1975-1978)

كارلوس باريرا وريكاردو زوغاستي

من ناحية أدق أن وجهة نظر السياسة المؤسساتية، إن التحوّل إلى الديمقراطية الذي استجد بعد وفاة الجنرال فرانكو في تشرين الثاني/ نوفمبر 1975 انتهى في كانون الأول/ ديسمبر 1978 عندما تم الاستفتاء على إقرار الدستور الديمقراطي الجديد. وكان محور هذه التغيرات السياسية متمثلاً في قانون الإصلاح السياسي الصادر في كانون الأول/ ديسمبر 1976 الذي أدى إلى حل برلمان فرانكو، ودعا إلى انتخابات حرة من أجل برلمان جديد، تمثلت مهمته في وضع مشروع للدستور. وقد فاز اتحاد الوسط الديمقراطي (The Centre Democratic Union de Centro Democratico) في انتخابات يوم 15 حزيران/ يونيو 1977، وبعد عدة أشهر فقط أصدر البرلمان مرسوماً بالعفو العام الذي شمل جميع الجرائم التي انطوت على سفك الدماء. على أن هذه الفترة شابها التعقيد بفعل محاولات من جانب الجماعات الإرهابية من أقصى اليمين المتطرف

واليسار المتطرف وحركة الانفصال في إقليم الباسك بهدف زعزعة استقرار الديمقراطية الشابة فضلاً عن المقاومة التي صدرت من جانب بعض الفصائل ضمن صفوف العسكريين.

النموذج الإسباني للتحوّل الديمقراطي يطرح سلسلة من الخصائص المتميزة فيما يتعلق بسائر العمليات المماثلة. وتجدر الإشارة بصفة خاصة إلى طبيعته التفاوضية وغياب دعوة لوضع السلطات التي كانت قائمة في المرحلة الديكتاتورية موضع المساءلة سياسياً وجنائياً عن أعمالها (Barahona et al. 2001; Colomer 1998: 10-18 Resina 2000: 95 -83 ,28 -17). ويعد كلٌّ من الملك خوان كارلوس الأول (King Juan Carlos) الذي عينه فرانكو خلفاً له، وكذلك حكومته الثانية التي ترأسها أدولفو سواريز (Adolfo Suarez)، من المؤسسات التي تجّذرت شرعيتها ابتداء من تموز/ يوليو 1976 في تربة النظام الديكتاتوري وقوانينه، وكلاهما أمسك بمقاليد الإصلاح السياسي. وكانت تلك حقيقة قوبلت بقدر ملحوظ من التحامل من جانب المعارضة الديمقراطية التي كانت مستبعدة من عملية صنع القرار وهذه الأطراف طالبت بقطيعة كاملة عن الماضي بدلاً من اقتصار الأمر على مجرد إجراء إصلاحات (وبرغم أن النتيجة النهائية للعملية كانت قطيعة حقيقية إلا أنها عوملت وكأنها إصلاح).

منذ نهاية عام 1976 فصاعداً، تواتر إجراء المفاوضات بين الحكومة وأحزاب المعارضة. وكان ثمة حرص شديد تسترشد به المواقف والسلوكيات من جانب ما يكاد يكون جميع القوى السياسية المشارِكة في المعارضة: تجّنب جعل أحزاب المعارضة مسؤولة جنائياً عن أنشطتها السابقة ضد النظام من أجل تهيئة بداية جديدة تماماً. وبمعنى آخر كان ثمة

محاولة للبدء من جديد وعلى أساس صفحة بيضاء تماماً من خلال اتباع سياسة تتعمد نسيان الماضي سبيلاً لتعزيز المصالحة الوطنية. وفي خلفية الفكر الذي تبنته القوى الرئيسية الفاعلة سياسياً بشأن فترة التحوّل، كان هناك ذكرى "إسبانيتين" واجهتا بعضهما البعض خلال الحرب الأهلية على مدار الفترة 1936–1939 (Aguilar Fernandez 1996: 226-261). هذه المشاعر شارك فيها بصفة عامة مواطنو إسبانيا. وبالمثل فإن معظم الدوائر الصحفية تصرفت بطريقة إيجابية للغاية من حيث المسؤولية ومن منطلق إدراك الحاجة إلى التضحية في بعض الأحيان بموقفها العقائدي من أجل العمل على تحقيق هدف طويل الأمد يسعى إليه المواطنون وممثلوهم – ويتمثل في نظام سياسي ديمقراطي جديد يتيح المشاركة لكل فرد.

عندما توفي فرانكو في عام 1975 كانت الصحف الإسبانية تتمتع بالفعل بدرجة من درجات حرية الصحافة. ومع ذلك فإن هذه التهميشية ما لبثت باطراد أن اتسعت في السنوات التالية (Alferez 1986; Barrera 1995; Chulia 2001). أما الاعتراف القانوني في نهاية المطاف بحرية المعلومات والإعلام فقد تحقق في دستور 1978 الذي نصّت المادة 20 منه على أن "لكل إسباني الحق في حرية الاتصال أو في تلقي المعلومات الحقيقية بأي وسيلة من الوسائل".

بحلول عام 1984 كان هناك ما يقرب من 115 صحيفة صادرة، في حين كان نصفها فقط موجوداً في عام 1975، مما يعطي فكرة عن التحوّلات التي كان هذا القطاع يشهدها (Iglesias 1989: 436-44). وفي عام 1976 ظهرت صحيفتان يوميتان جديدتان في مدريد، وهما الصحيفة الرئيسية في سوق الصحافة بالبلاد: **الباييس ودياريو 16** (*El Pais and Diario 16*) وكلتاهما تعبران عن يسار الوسط وقُصد بهما القيام بأدوار مهمة خلال

عملية التحوّل وفي مجالين من مجالات المشاعر الوطنية (الانفصالية) في كتالونيا وبلاد الباسك تم تأسيس صحف وطنية: (الآن) **أفوي** (*Avui*) (التي نشرت باللغة القطالونية فقط) في عام 1976 وصحيفة **الباسك ديا** (*Basque titles Deia*) وصحيفة **(إجراء) إيغين** (*Egin*) في عام 1977. وفي عام 1978 تم تأسيس صحيفة **البريديكو دو كتالونيا** (*El Periodico de Catalunya*) وهي بديل أكثر حداثة واتجاهاً نحو يسار الوسط عن صحيفة **لافانغورديا** المحافظة (*La Vanguardia*). وفي الوقت نفسه فإن كثيراً من الصحف تم إنشاؤها ومنها مثلاً *ABC* و*Ya* في مدريد و**لافانغورديا** و*El Correo Catalan* و*El Noticiero Universla* في برشلونة وإن كانت قد صادفت أزمات وبعضها استطاع الاستمرار ولكن انتهي به الأمر إلى الإغلاق في عقدي الثمانينات والتسعينات. ويوضح الجدول 1، 2 توزيع الصحف اليومية في الأسواق الرئيسية الإسبانية بين عامي 1975 و1978.

هذه البيانات تشير إلى أن أسرع الصحف نمواً كانت تلك المعبرة عن اليمين المتطرف (*El cazar and El Imparcial*) وتلك المعبّرة عن الوسط إلى يسار الوسط (صحيفتي **البابيس ودياريو 16**). أما المجموعة الأولى فقد استفادت من شعور الحنين إلى الحقبة الفرانكوية في غمار انتقاد حالة عدم الاستقرار الاجتماعية والاقتصادية والسياسيية التي اتسمت بها الفترة الانتقالية أما الصحيفتان الأخريان فقد عملتا من جانبهما وبنجاح من أجل التعبير عن صوت القطاعات السياسية والاجتماعية والثقافية الجديدة باعتبار أنها أصحبت جزء من المسار العام في الحياة الإسبانية فيما اتضحت اتجاهات مماثلة في الصحافة الصادرة سواء في كتالونيا أو في إقليم الباسك .

الجدول 1.2

توزيع الصحف القومية والإقليمية اليومية في إسبانيا (1975 – 1978)

		سنة النشر الأولى	1975	1976	1977	1978
			التوزيع			
مدريد	*ABC*	1903	187,484	171,382	145,162	126,952
	Pueblo	1940	182,220	142,607	90,590	72,346
	Ya	1935	168,756	154,446	129,448	120,595
	Informaciones	1922	72,145	64,106	44,172	36,305
	El Alćazar	1936	13,119	26,724	63,646	66,104
	El Pais	1976		116,600	137,562	12,931
	Diario 16	1976			73,073	47,672
	El Imparcial	1977				51,962
برشلونة	*La Vanguardia*	1881	222,685	211,736	196,886	187,240
	El Noticiero Universal	1881	78,866	67,197	51,622	44,055
	El Correo Catalán	1876	67,001	60,720	48,796	40,075
	Telel/eXpres	1964	35,631	33,584	22,663	-
	Diario de Barcelona	1792	28,743	30,311	25,842	-
	Avui	1976		55,727	40,036	33,946
	Mundo Diario	1968		34,003	47,528	49,187
إقليم الباسك	*El Correo Español- EPV*	1910	86,479	88,790	80,578	69,128
	La Gaceta del Norte Deia	1977				*50,485
	Egin	1977				47,031

المصدر: oficina para la Justification de la Difusion (Audit Bureau of (irculation).

(*) ملحوظة: التوزيع تمت مراجعته للمرة الأولى في عام 1979

تحليل ما نشرته الصحف الإسبانية من مواد للتحوّل إلى الديمقراطية

معظم الأدبيات التي تعالج أمر التحوّل الإسباني تؤكد على أهمية التوافق بين الآراء بشأن القيم الديمقراطية الأساسية التي كان لها دور جوهري على مستوى السياسة والمجتمع على حدٍ سواء. وفي هذا السياق، ومن خلال دور الوسيط عملت الصحف بوصفها همزة وصل بين النخب السياسية والمواطنين. ويستهدف هذا الفصل التدليل على الأسلوب الذي استطاعت به أغلبية الصحف أن تعزز التوجّهات الرئيسية للإصلاح السياسي واستراتيجية التوافق التي قادتها الأحزاب السياسية الرئيسية. وهي توضح نتائج دراسات عديدة استندت، إلى تحليل المضمون الكميّ والكيفيّ للصحافة اليومية، مما طرح إجابات على تشكيلة متنوعة من الأسئلة المتعلقة بالصلة بين الصحافة والفعاليات السياسية الأخرى، فضلاً عن الأسلوب الذي طرحت به القيم الملائمة تماماً للثقافة السياسية الديمقراطية وتبنّتها الصحف. وأخيراً الدور الذي لعبته الصحف في نجاح عملية التحوّل السياسي.

من المهم ألا ننسى، كما هو الحال بالنسبة إلى السياسيين، أن ثمة العديد من الصحف التي طالما كانت تؤيد ديكتاتورية فرانكو ولكنها قررت مع ذلك اتباع المسار الذي أفضى إلى الديمقراطية بدلاً من محاولة تعويق هذه العملية (Aguilar 1982; Santos 1995) ولم يكن هناك سوى حالتين للاستثناء تنتميان أساساً إلى اليمين المتطرف ثم إلى قطاع الباسك القومي.

تم إجراء التحليل من خلال عملية معاينة مضاعفة خضعت لها صحف يومية وأحداث سياسية وقد أخذنا عينات من افتتاحيات 12

صحيفة (*ABC, Pueblo, Ya, El Alcázar, El País and Diario 16*) من مدريد، (*La Vanguardia, El Correo Catalán and Avui*) من برشلونة، و(*El Correo Espanol, La Gaceta del Norte and Deia*) من إقليم الباسك مع تدارس المراجع التي تمت الإحالة إليها بالنسبة إلى 21 من الأحداث التي يراها المؤرخون بشكل عام بمثابة معالم بارزة في فترة التحوّل. ولأن صدور قرار العفو العام وموضوع الحكم الذاتي كان لهما تأثيرهما على بعض المناطق أكثر من المناطق الأخرى، وتمثلت هذه الآثار بالذات بشكل قوي في كتالونيا وإقليم الباسك، فقد اخترنا مجموعة من الصحف سواء من المطبوعات الوطنية أو من الصحف التي جاءت من هاتين المنطقتين.

كما اخترنا استخدام مجموعة متكاملة من الطرائق الكميّة والكيفيّة باعتبار أن تجربتنا في مجال التحليل الكميّ لا تنجح في استيعاب جميع المعلومات والدلالات التي تنطوي عليها البيانات. كما أن تحليل أسلوب طرح الافتتاحيات للقيم الديمقراطية الجديدة يراعي عدد مرات تواتر هذه القيم من حيث ذكرها في مواقعها إضافة إلى الأدلة التي ساقتها الصحف المعنية للإشارة إلى تلك القيم.

وبالإضافة إلى ذلك، وعلى سبيل المعلومات التكميليّة، سوف نوضح بعض النتائج المهمة المستقاة من التحليل الكميّ للأنباء المنشورة على الصفحات الأولى للجرائد. وسوف نشير بالذات إلى دراسة حالة مهمة (تغطية قرار العفو العام الذي صدر في تشرين الأول/ أكتوبر 1977) ثم يُشفع ذلك بفهم أعمق للأسلوب الذي تحقق به توافق الآراء المتصل بهذا الأمر.

أما الهدف العام في هذا السياق فيتمثل في توضيح كيفيّة تأثير الصحف

على التغير السياسي بطريقتين: من خلال اختيار وتصنيف الأخبار التي تُقدَّم إلى القراء، ومن خلال التعليق المنشور في الافتتاحيات، الموّجه تحديداً إلى النخب السياسية. وقد سعينا إلى تحقيق التوازن بين الأخبار والجوانب التحريرية في الصحف باعتبار أن كلا الأمرين يعكسان ويساعدان على تعريف الموقف الذي تتخذه الصحيفة المعنية، حيث أن تحليل الأخبار يتيح لنا تحديد نوعية الصحف التي قدمت تغطية موسعة لصالح جماعات المعارضة المتنامية، بينما الافتتاحيات تساعدنا على استكشاف الآراء التي استخدمت لدعم التغيرات السياسية بينما تتيح في الوقت نفسه تفسيراً لما شهده تاريخ إسبانيا في الآونة الأخيرة.

"القيم الديمقراطية" في الافتتاحيات الصحفية

مفهوم القيم الديمقراطية (Democratic Values) يحتضن أمور شتى **أولها**: العناصر التي ترتبط عادة بالديمقراطية بوصفها نظاماً سياسياً **وثانياً**: القيم التي تتسم بها تحديداً أي فترة تحوّل من نظام سلطوي أو نظام ديكتاتوري إلى ديمقراطية برلمانية. **وأخيراً**: هي القيم التي يُنظر إليها باعتبارها محصلة لعملية بناء الديمقراطية (Mainer and Julia 2000: 31-51) وقد ميزنا بين هذه الأنواع الثلاثة من القيم في التحليل الذي أجريناه.

في سياق تحليل افتتاحيات الصحف سعينا **أولاً** إلى التماس الإشارات الصريحة إلى "الديمقراطية" و"التحرر – أو الحرية والعفو والحكم الذاتي الإقليمي" لأن هذه كانت المطالب الرئيسية من قطاعات السكان الذين يعملون في سبيل التغيير العميق من الناحيتين السياسية والمؤسسية. كما ساعد وجود وتواتر هذه المعالم الرئيسية على الكشف عن درجة من المشاركة في العملية الديمقراطية من جانب الصحف ذاتها.

وفيما يتعلق بالنوع الثاني من القيم فقد أولينا الاهتمام لما ورد بصورة صريحة بشأن القيم التي يمكن اعتبارها قيماً تمثيلية وأنها تدعم أو تؤدي إلى قيام الديمقراطية: الاتفاق والتصالح كسبيل لتناسي الماضي وبناء مستقبل من خلال التوافق بين الآراء والتعايش والتفاوض؛ والحفاظ على "السلطة" و"النظام الاجتماعي" وهو ما يتطلبه تجنب عملية انفلات الأمور في اللحظات الصعبة أو كنتيجة إستفزاز من جانب غلاة القوى الرجعية أو القوى الثورية إضافة إلى "الانتخابات و"الاستفتاءات" (كإنجاز فعال يؤدي إلى مشاركة المواطنين في العملية السياسية وأمر يمثل عودة السيادة إلى الشعب).

وأخيراً فبسبب عملية التحوّل التي تمت في سياق سياسي محدد للغاية، فقد تدارسنا الإشارات إلى الماضي القريب والبعيد، بمعنى إلى فرانكو أو الفرنكوية والحرب الأهلية الإسبانية. وكانت دراسات عديدة قد أوضحت أن الذاكرة التاريخية لهاتين الفترتين كان لها تأثيرهما في تكييف عنصر العملية الديمقراطية (Aguilar Fernandez 1996; Reig 1999; Resina 2000).

التحليل الكميّ

كخطوة ضرورية أولى كنا مهتمين باستكشاف وتيرة التعرض للمفاهيم الرئيسية للديمقراطية والحرية والعفو والحكم الذاتي. وفي حالة مفهوم الديمقراطية قَبِلنا فقط الظهور الصريح للمصطلح المذكور سواء في شكل صفة أو شكل ظرف زمان أو ظرف مكان أو شكل طرح موضوعي. وضمن مفهوم الحرية قبلنا بالتعبير الصريح عن المصطلح فضلاً عن دلالاته المباشرة والعلمية بمعنى الحقوق المدنية للتجمع والتعبير وتكوين الجمعيات والتظاهر وما إلى ذلك من سبيل. وفي حالة مفهوم العفو قَبِلنا

ما ورد من ذكر حالات العفو أو أي مرادف لها، ثم فعلنا نفس الشيء مع مفهوم الحكم الذاتي حيث قبلنا هذا المفهوم في تعبيراته المتباينة: الإقليمية والوطنية وحقوق الشعب وما إلى ذلك.

يوضح الجدول 2 , 2 مفهوم الديمقراطية الذي ظهر في أكثر من ثلثي الافتتاحيات المفحوصة، وكان عددها 441 افتتاحية. ولم يكن في ذلك أي عجب لأن هذا المصطلح هو الذي يشمل، على أفضل وجه واضح، ما كنا نشير إليه بوصفه "القيم الديمقراطية". أما موضوع الحريات المدنية: كان يظهر بصورة متواترة للغاية فيما يقرب من نصف الافتتاحيات، وكذلك ظهر مفهوما العفو والحكم الذاتي وإن يكن بصورة أقل من حيث التكرار. ومن ناحية التطوّر الزمني لأحداث التحوّل يبدو منطقياً أن الاهتمام الرئيسي كان منصّباً على المفهومين الأول والثاني باعتبار أن المفهومين الأخيرين من شأنهما أن يتبعا كنتيجة لما يحدث بالنسبة إلى الأول والثاني.

الجدول 2.2

تواتر الإشارات المحددة إلى الديمقراطية والحريات المدنية والحكم الذاتي والعفو وإلى القيم والمواضيع المرتبطة وعملية التحوّل الانتقالي في 441 من افتتاحيات الصحف الإسبانية المنشورة في 21 نقطة محورية بين عام 1975 و1978

التواتر	٪
الديمقراطية	69,8
الحريات المدنية	46,0
الحكم الذاتي	32,9
العفو العام	18,8

الانتخابات، الاستفتاءات	59,4
التوافق، المصالحة... إلخ	54,6
السلطة، النظام	27,0
فرانكو والفرانكوية – أو الحرب الأهلية	57,6

وتظهر أيضاً في الجدول 2.2 النتائج التي أسفر عنها تحليلنا للإشارات إلى القيم أو المواضيع الأخرى التي يمكن أن تمثل أو تدعم أو تسفر عن الثقافة الديمقراطية السياسية الجديدة والإشارات إلى الماضي التي ترتبط مباشرة بالقيم الفعلية ومنها مثلاً التوافق أو المصالحة مما يكشف عن وجود إشارات عديدة إلى الحاجة للاتفاق والتوافق والمقبولية باعتبارها شروطاً لا محيد عنها لبناء نظام ديمقراطي جديد. وهذه القيم وَرَد ذكرها في أكثر من نصف الافتتاحيات: وهو مستوى يماثل كثيراً مستوى الإشارات إلى فرانكو والفرانكوية والحرب الأهلية. على أن هذه الأمور تمثل إلى حد كبير وجهي العملة الواحدة بمعنى أنها تشمل البدء من صفحة نقية تماماً (حيث يُترك أمر الحرب وانقسام الصفوف) من أجل إنشاء نظام جديد يتأسس على ركيزتين هما: السلام والمصالحة.

كما أن التواتر الذي شهده ذِكر السلطة/ أو النظام العام ربما يعد أمر مفاجئاً. ويكمن التفسير في حقيقة أن السلام المستقر كان يقتضي الحفاظ على النظام الاجتماعي، ومن ثم على وجود السلطة. ومن هذه القيم التي يمكن أن تعد أكثر اقتراباً من خصائص ديكتاتورية فرانكو ما كان مدمجاً رغم ذلك ضمن حزمة الديمقراطية (Democratic Package)، خاصة عندما شكلت الأحداث أو الإجراءات التي صدرت عن الجماعات المتطرفة تهديداً محتملاً لنجاح عملية الإصلاح. وكثير من الصحف

فصلت الأمر، وخاصة بعد صدور العفو العام، على أنه كان كفيلاً بنشوء الديمقراطية، مستندة في ذلك إلى القانون والنظام وعلى ضرورة ضمان مستقبلها بواسطة الحكومة.

حتى الآن طرحنا الصحف باعتبارها كتلة وحيدة مما أتاح لنا الوقوف على الخصائص المشتركة بينها جميعاً. ومع ذلك وحتى مع اتباع النهج الكميّة فلا يزال ممكناً الكشف عن الاختلافات في معالجة الافتتاحيات ذات الصلة. ومن أجل ذلك فقد تدارسنا مدى تواتر الإشارات التي وردت في الصحف إلى مفاهيم بعينها كنسبة مئوية من المضمون الشامل للافتتاحيات.

لقد كان هناك تصنيفان يكشفان بالذات عن حساسيات متميزة في الصحف التي تم تحليلها: تلك المتصلة بحالات ذِكْر الفرانكوية وحالات ذِكْر العفو العام. وهذان الموضوعان يتسمان بدلالة خاصة لأنهما ينطويان على سبل فهم تاريخ الماضي القريب. وهذه النتائج مطروحة في الجدول 3.2. في أعلى القائمتين توجد نفس الصحف الخمس: 4 صحف تحمل عناوين جديدة (**البايس ودياريو 16 والديا وأفوي** القوميتان ومقرها مدريد) إضافة إلى **الكازار**. والصحيفة الأخيرة التي لاتزال على ولائها للفرانكوية واصلت الدفاع بنشاط عن النظام في وجه الانتقادات المتنامية وارتأت أن العفو العام هو عملية مجحفة تعزو الحرب الأهلية إلى الماضي. ومن جانبها فإن الصحف الجديدة تميزت براوبط أقل مع الماضي وبارتباط أقوى إزاء الوضع السياسي الجديد. وهذه الإشارات المتواترة إلى النظام السابق كانت دائماً تتسم بالسلبية في طبيعتها وتجنح إلى تأييد صدور العفو العام حيث ارتأت هذه الأطراف أن من الضروري صدوره إذا ما كان للبلاد أن تنهج سبيل المقاطعة النظيفة مع ماضيها.

على العكس من ذلك، كانت الصحف الأكثر اتساماً بالنهج المحافظ والتقليدي *(ABC, Ya, El Correo Espanol, La Vanguardia and La Gaceta del Norte)* إما بصورة واعية أو غير واعية، أوردت إشارات أقل بكثير إلى الماضي القريب، وبينما اتخذت كلاً من *Pueblo* و *El Correo Catalan* المعتدلة خطاً وسطاً بين الطرفين مع ملاحظة أنهما خاضعتان لسيطرة الدولة.

وتم استقاء نتائج مختلفة نوعاً ما لدى النظر إلى الإشارات التحريرية إلى موضوع الحكم الذاتي. وكما يوضح الجدول 4.2، فثمة اختلافات كمية واضحة إلى حد كبير من صحيفة إلى أخرى فيما يتعلق بهذه المسألة التي يراها الكثيرون أمراً مستجداً إلى حد كبير في التحوّل الإسباني إلى الديمقراطية. أما الصحف التي أولت معظم الاهتمام التحريري إلى قضية الحكم الذاتي فكانت تلك الصحف الست المنشورة في إقليم الباسك وإقليم كتالونيا. ويتصدر هذه القائمة صحيفتا **أفوي** و**ديا** القوميتان.

الجدول 3.2

حالة التواتر (التكرار) الذي أشارت فيه فرادى الصحف إلى الفرانكوية والعفو

في الافتتاحيات المنشورة في 21 من النقطاط المحورية خلال الفترة بين 1975 و1978

الفرانكوية		العفو	
الصحيفة	التواتر (٪)	الصحيفة	التواتر (٪)
Deia	77,8	*Deia*	33,3
El Alćazar	73,7	*Avui*	29.2
Diario 16	72,6	*Diario 16*	24,2

21,1	El Alcázar	66,0	*El País*
20,8	El País	62,5	*Avui*
18,8	El Correo Español	52,1	*El Correo Catalan*
18,4	Pueblo	50,0	*Pueblo*
16,0	*Ya*	44,4	*La Gaceta del Norte*
15,9	*ABC*	39,6	*La Vanguardia*
14.6	*El Correo Catalán*	28,1	*El Correo Espanol*
12,5	*La Vanguardia*	26,0	*Ya*
11,1	*La Gaceta del Norte*	22,7	*ABC*
18,8	*Mean*	48,8	*Mean*

ولكن حتى أكثر الصحف محافظة ومنها مثلاً *La Gaceta del Norte, El Correo Espanol* و**لافانغورديا** قد أثبتت أنها حساسة إزاء انبعاث الحركات الإقليمية أو القومية. وفي الترتيب السابع والترتيب الثامن توجد صحيفتا مدريد الجديدتان المعبرتان عن يسار الوسط وهما (صحيفتي **البايس ودياريو 16**).

لكن صحف مدريد الأقدم عهداً كانت تتبع هذا المسار حيث تأتي صحيفة **الكازار** في ذيل القائمة. وأكثر النسب انخفاضاً من حيث الإشارات التحريرية إلى موضوع الحكم الذاتي في هذا الإصدار لا تمثل مفاجأة إذا ما اعتبر المرء ابتعادها الطويل الأمد عن أي شيء يمكن أن يهدد الوحدة الوطنية في إسبانيا.

الجدول 2.4

التواتر (التكرار) الذي أشارت به الصحف إلى موضوع الحكم الذاتي في الافتتاحيات المنشورة على صعيد 12 نقطة رئيسية بين عامي 1975 و1978

الصحيفة	٪التواتر
Avui	79,2
Deia	66,7
El Correo Catalán	52,1
La Gaceta del Norte	44,4
El Correo Espãnol	43,8
La Vanguardia	41,7
El País	32,1
Diario 16	22,6
Ya	20,0
ABC	18,2
Pueblo	15,8
El Alcázar	5,3
Mean	32,9

التحليل الكيفيّ

لم تجرؤ سوى قلة قليلة من الصحف أن تتكلم عن "الديمقراطية" صراحة أو علناً حتى بعد الخطاب الرسمي الأول للملك الجديد بتاريخ 22 تشرين الثاني/ نوفمبر في عام 1975. وكان الاستثناء الملحوظ هو

صحيفتا *Informaciones* و *El Correo Catalan* بينما تعمدت كل من *Ya* و**لافانغورديا** الإشارة إلى الديمقراطية ولكن بشكل أكثر تأنياً. ومع ذلك فما يكاد يكون الجميع عمدوا إلى استخدام واسع للمصطلح بعد الخطاب الشهير الذي ألقاه الملك أمام كونغرس الولايات المتحدة ومجلس الشيوخ في حزيران/ يونيو 1976. وفي هذا الخطاب عمد الملك نفسه إلى استخدام المصطلح قائلاً: "إن النظام الملكي سوف يضمن أن يتم في ظل مبادئ الديمقراطية السلام الاجتماعي والاستقرار السياسي باستمرار في إسبانيا"، وقد بدا ذلك نهاية للتحوّط الذي كانت تتوخاه الصحف التي ظلت حتى ذلك الحين تتذرع بأقصى قدر من الحيطة في الآراء الذي كانت تطرحها. وبمعنى من المعاني فإن كثيراً من الصحف (وخاصة الأكثر تقليدية منها) فوجئت بمبادرة الملك وتبعت خطاه بدلاً من أن تبادر من جانبها للضغط من أجل التغيير.

وفي أكثر من مناسبة فإن الصحف التي تأسست مجدداً كشفت عن موقفها المتشائم صوب الفكرة التي تفيد بأن من الممكن أن تنبثق ديمقراطية عن مؤسسات ديكتاتورية. وثمة صحف مثل **البابيس** و**أفوي** شنّت حملات لصالح الامتناع عن التصويت في حملات الاستفتاء لإقرار قانون الإصلاح السياسي في كانون الأول/ ديسمبر 1976 برغم اعترافها بأن هذا المسلك من شأنه أن يفضي في نهاية المطاف إلى إنشاء نظام ديمقراطي. وبجرعة أقوى من البرغماتية دعت صحيفة **دياريو 16** إلى تصويت بالإيجاب موضحة: أن الاستفتاء هو خطوة ولكنها مازالت تتم ضمن الإطار الفرانكوي. ولكننا... سوف نصبح بعدها أقرب قليلاً إلى الديمقراطية وأبعد بالتأكيد عن الديكتاتورية" ("En peligro", 14 December 1976: 4).

ومن شأن ديمقراطية شابة عانت في الماضي من سوط الإرهاب أن تحتاج القوة لكي تضمن النظام العام. وبرغم أن النظام والسلطة كانا من الخصائص المرتبطة وثيقاً بعقود من الديكتاتورية إلا أن أغلبية الصحف ارتأت في ذلك أموراً أساسية لبناء ديمقراطية وطيدة الأركان. وحتى صحف يسار الوسط والصحف الوطنية كانت تطلب ذلك فقد ارتأت **دياريو 16** أن "هذا هو الشرط الأول للديمقراطية (نعم هو الشرط الأول 27 كانون الثاني/ يناير (1977:4): أما العفو العام الصادر في تشرين الأول/ أكتوبر 1977 فكان فرصة أخرى أمام أغلبية الصحف أن تعلن، كما فعلت صحيفة *ABC*، أنه من هذه اللحظة فصاعداً لا يمكن السماح بأي ذريعة لخرق للنظام العام تحت شعار العفو" (Por abrumadora mayoría, punto y aparte', 15 October 1977: 2).

وباستثناء صحيفة **الكازار** فإن جميع الصحف التي ضمتها العينة التي استخدمناها اعتبرت أن العفو العام خطوة ضرورية على طريق المصالحة الوطنية. صحيح أن كان هناك خلافات طوال عملية التحوّل بشأن مختلف حالات العفو الجزئي الذي تم منحه قبل صدور العفو النهائي العام والموافقة عليه من جانب جميع الأحزاب السياسيّة في البرلمان في تشرين الأول/ أكتوبر 1977، إلا أن البعض رأى أن حالات العفو الجزئية قاصرة لأنها لم تشمل الجرائم التي انطوت على سفك الدماء.

كان هناك كلمتان غَلَب استخدامها وتكرارهما من جانب الصحف وبما يتسق مع التوجيهات التي شملتها رسالة الملك الأولية. وهاتان الكلمتان هما "الاتفاق" و"المصالحة": فجميع الصحف فيما عدا **الكازار** واصلت الدعوة إلى الاتفاق والتصالح في مناسبات كثيرة، ثم واصل الملك دوره كضامن للاتفاق. كما أن الفعاليات السياسية والاجتماعية الأخرى،

وعلى رأسها الحكومة والأحزاب السياسية، اتخذت تدريجياً مواقف مماثلة. ومع مرور الوقت، بدأت في الظهور ضمن الخطاب الصحفي كلمات قريبة منها ومنها مثلاً توافق الآراء والتعايش والتعاون والتفاوض.

وفيما بين الأحداث التاريخية التي تم تحليلها كان هناك حدثان بارزان باعتبارهما من المعالم الخاصة على طريق الاتفاق:

خطاب الملك في الدورة الأولى للبرلمان الديمقراطي بتاريخ 22 تموز/ يوليو 1977 والموافقة من خلال الاستفتاء على الدستور بتاريخ 6 كانون الأول/ ديسمبر 1978. وفي الحدث الأول كان التصالح واضحاً للغاية ويجسده التجمع في ساحة البرلمان لممثلي "الإسبانيتين" اللتين واجهت كل منهما الأخرى في الحرب الأهلية. على أن الدستور لم يوجّه إليه انتقاد إلا في صحيفتين: أولهما **الكازار** الناطقة باسم اليمين المتطرف ثم ديا الناطقة باسم القوى القومية في الباسك. والصحيفة الأخيرة أكدت على ارتفاع درجة الامتناع عن التصويت التي سُجلت في سياق الاستفتاء وخاصة في إقليم الباسك، وهو ما رؤي بأنه غياب توافق أصيل في الآراء إذ أن "هناك أكثر من إسبانيتين" (8 December 1978: 15) وهذا لم يعترف به الدستور.

ثم جاءت راديكالية اليمين المتطرف واليسار المتطرف بمثابة ألّد خصوم العملية الديمقراطية، ومن ثم لاحت الرغبة من أجل مصالحة متبادلة تم تبنّيها من جانب معظم الفاعلين السياسيين. وعندما استجدت في كانون الثاني/ يناير 1977 موجة اختطاف الأشخاص والاغتيالات وضعت الحالة الانتقالية على محك الخطر، وكان محررو جميع صحف مدريد قد وافقوا على نشر نفس الافتتاحية التي حملت عنوان "من أجل وحدة كل فرد". وهذا الاتفاق كان يمثل معلماً تاريخياً مؤيداً للاتفاق والوحدة خلال

مرحلة الانتقال وقد نفذته الصحافة باعتبارها عاملاً جماعياً وحتى صحيفة **الكازار** نشرت هذه الافتتاحية التي جاء في واحد من فقراتها ما يلي:

أياً كان الطرف الذي بدأ هذه الآلية فهو عدو لكل فرد وهو عدو الشعب الإسباني. ومخططهم واضح في هذا الشأن: حاول أن تعوق إقرار الصيغ المدنية من أجل تعايش منفتح ومخطط يستحقه الإسبانيون كحق من حقوقهم. ومن أجل مواجهة مثل هذا التحدي يتوجب على جميع القوى السياسية والاجتماعية أن تتكاتف معاً وتنحّي كل خلافاتها جانباً كي تعلن قرارها باستكمال الرحلة على طول الطريق الذي يوصّل إلى الديمقراطية من خلال الانتخابات الحرة.

"جميع صحف مدريد، 29 كانون الثاني/ يناير 1977" (All Madrid Newspapers, 29 January 1977).

وفيما يتعلق بمسألة الحكم الذاتي، كانت الصحافة تتوخى الحذر بالدرجة الأولى. وفي رسالته الأولى أشار الملك إلى الحاجة للاعتراف بما أسماه "السمات الإقليمية الخاصة" (Regional Peculiarities). وفي تلك الأيام كانت صحيفة الكوريرو قطالان شجاعة لدرجة أن تقول: إن شعب كتالونيا - شأنه في ذلك شأن جميع أهل إسبانيا - عليه أن يشهد هويته وقد تم الاعتراف بها قانوناً" (Los pueblos de España, 28 November 1975: 11) ولم يحدث إلا بعد أن أصدرت حكومة سواريز بياناً بتاريخ 16 تموز/ يوليو 1976 أن عملت معظم الافتتاحيات على أن تستخدم صراحة مصطلح "حكم ذاتي". ومع ذلك فإن جريدة **أفوي** الحديثة التأسيس هي التي مضت شوطاً من أبعد ما يكون في ادعاءاتها حين طالبت بلائحة الحكم الذاتي التي سبق التمتع بها في السنوات التي سبقت بدورها نشوب الحرب الأهلية قائلة:

إن شعبنا، بالإضافة إلى أطراف أخرى ممن يشكلون جزء من الجماعة الأيبيرية لا يطالب فقط بالاعتراف بخصائصه الإقليمية ولكن يطالب أيضاً من خلال اللائحة التنظيمية بالإصرار على استعادة حرياته التاريخية.

("Que els fers abonin les Paraules", 18 July 1976:1)

بعد أشهر من ذلك التاريخ بدأ يظهر في الصحف المختلفة مصطلح "قوميات" وهو أكثر خطراً من "أقاليم" عندما يشير إلى الأراضي المختلفة التي تندرج ضمن جغرافية إسبانيا. وطالبت الصحيفة المذكورة الاعتراف بها وصفته بأنه الدولة الإسبانية المتعددة القوميات (Balanç de dotze mesos, 20 November 1976: 1) وانطلاقاً من الديادا (اليوم القومي في كتالونيا الذي يحتفلون به في 11 أيلول/ سبتمبر) شهد عام 1977 كيف أن الصحيفة تمادت في القول بها وصفته بأنه "حق الشعوب في تقرير المصير هو حق يتجاوز المناقشة" (13 أيلول/ سبتمبر 1977:1). ومن هذه اللحظة فالصحيفة القطالونية وهي الأوسع توزيعاً والتي تتسم بأنها ليبرالية - محافظة ونقصد بها لافنجوارديا بدأت في استخدام صفة "قومي" للإشارة إلى حقائق المنطقة: "يمكن اقرار الديمقراطية في إسبانيا بصورة راسخة من خلال الاعتراف بالفروقات القومية والإقليمية ("Un papel digno," 11 September 1977: 5). وعلى خلاف أسلوبها من الانضباط المعتاد شقت الصحيفة المذكورة انعطافة واضحة نحو القومية القطالونية. وبرغم أن جميع الصحف، فيما عدا **الكازار** تقبلت إعادة حكومة كتالونيا في أيلول/ سبتمبر 1977 فإن صحيفة *ABC* الأكثر محافظة أعربت عن تحفظات: إن إعادة إقرار الحكومة نراه في حد ذاته صحيحاً ومناسباً ومقبولاً ومادام المفهوم أنه لن يكون متعارضاً مع وحدة إسبانيا

التي لا تقبل الجدل، (Ante el restablecimiento de la Generalitat provisional, 30 September 1977: 2)[*].

جميع الصحف فيما عدا **الكازار** نشرت تأييداً لا ينكر ولا يخفي للإصلاحات السياسية باعتبار أنها ارتأت أن الديمقراطية البرلمانية هي أفضل نظام سياسي لإسبانيا. ومع ذلك فإن هذا الدعم الأساسي والمشترك لعملية التحوّل الديمقراطي لم يكن يعني أن جميعها كانت تنظر إلى الفرانكوية على أساس تقييم سلبي بل على العكس حيث أن بعضها تعامل مع ميراث تلك الحقبة بصورة إيجابية وخاصة ما يتعلق بالتقدّم الاجتماعي والاقتصادي.

وطبقاً للأسلوب الذي تعاملت به مع نظام فرانكو نستطيع أن نميز بين التجميعات المختلفة للصحف فأولاً كانت **الكازار** تتبنى تماماً منطق الإعتذار إزاء الفرانكوية، واتخذت هذا الموقف أساساً من منطلق مقارنة بين إنجازاتها المادية وبين الإنجازات التي تحققت مع وصول حقبة الديمقراطية والحريات السياسية. وبعد ذلك كان هناك بعض الصحف التي كانت على استعداد للتلميح إيجابياً إلى نظام فرانكو وخاصة إلى إنجازاته، مع القول بأن هذا الموقف لم يكن ليتنافى مع بناء الديمقراطية. على أن هذه الإشارات الإيجابية إلى نظام فرانكو من جانب هذه الصحف ما لبثت أن تضاءلت تدريجياً مع تقدّم عملية التحوّل الديمقراطي.

(*) *The Generalitat* كان اسم الحكومة الذاتية القطالونية التاريخية التي تطالب بها أغلبية الأحزاب السياسية في كتالونيا والصحف الأخرى قدمت خطاباً مماثلاً. انظر: (*El Correo Espanol*, 1 October 1977: 23 (Ha desaparecido un fantasma) , ya 30 September 1977: 5 (La Generalidad, restablecida) and *Pueblo*, 30 September 1977: 3 (Espana, Siempre una).

وأخيراً كان هناك صحف طرحت في أحيان كثيرة انتقادات مباشرة لنظام فرانكو، وكانت كل من **الباييس** و**دياريو 16** و**الكوريرو** قطالان هي الأولى في الإشارة بصورة صريحة إلى الفرانكوية بوصفها ديكتاتورية، وأضيف إلى تلك الصحف أصوات الصحف القومية ومنها **أفوي** و**ديا** و**دياريو 16** التي وصلت إلى حد وصف النظام المذكور أعلاه بأنه "الخطيئة الأصلية" لنظام خوان كارلوس الملكي فكان أن تكلمت عن التناقض بين "ملك الفرانكويين وهو على طريق تحويل نفسه ليصبح ملك جميع الإسبان" (Monarquía: un ãno, 22 November 1976: 4) وكان هناك أيضاً التحوّل نحو النزعة القومية الذي تبنته صحفية لافنجارديا في خريف 1977 وواكبه ظهور انتقادات لنظام فرانكو وكان ذلك أمراً لم يحدث من قبل بالنسبة إلى الصحيفة المذكورة.

ثم إن ذكرى الحرب الأهلية بوصفها فشلاً جماعياً كانت محفوفة بالأخذ والرد خلال السنوات الأولى من مرحلة التحوّل. وكانت رسالة معظم الصحف الإسبانية بشأن هذا الحدث المحوري في الحياة السياسية المعاصرة للأمة يمكن تلخيصها في أربع نقاط أساسية ومشتركة: **(1)** التجربة التاريخية ينبغي أن تقلل احتمال تكرار الأخطاء المرتكبة في ذلك الوقت؛ **(2)** في ظل عملية التحوّل فإن التحيزات التاريخية التي تتصل بقدرة الشعب الإسباني على تنظيم صفوفه في إطار ديمقراطية ينبغي استبعادها؛ **(3)** العفو، والعفو العام أمور مهمة من أجل التسامح بالنسبة إلى الشعب الإسباني خلال مرحلة تناسي الماضي؛ **(4)** الدستور الجديد يعني موقفاً معاكساً لموقف الإنتقام أو البغض بحق الذين خاضوا غمار الحرب الأهلية أو ورثتهم العقائديين.

خلال النظرة إلى الصحف ككل، ومع استثناءات هنا أو هناك، فإن

الصحف التزمت بخطاب مشترك بصورة أو بأخرى فيما يتعلق بالأهداف الرئيسية للتغير السياسي. وهذه الأهداف تألفت أساساً من نظام ديمقراطي يقوم على أساس عودة السيادة للشعب، واستعادة الحقوق المدنية الأساسية مما يمكن الوصول إليه من خلال المصالحة وتناسي الماضي، وعن طريق إنشاء مؤسسات الحكم الذاتي بالنسبة إلى مناطق بعينها.

وعلى مدار فترة الثلاث سنوات بعد وفاة فرانكو، وحتى التصديق على الدستور، فإن هذا الخطاب الصحفي المشترك تم إثراؤه من خلال إدخال قيم جديدة مستقاة من الخطوات المختلفة التي جرى اتخاذها في سياق التطوّر السياسي لعملية التحوّل. وفيما كان الاتفاق والمصالحة هما المفهومان اللذان كانا مستوعبين في مرحلة مبكرة من العملية فلم يكن الأمر كذلك بالنسبة إلى مسألة "التعافي الديمقراطي" لقيم أخرى ومنها مثلاً النظام والسلطة. ومن ناحية أخرى فإن الأعراف التاريخية المختلفة للصحف (أو غياب الأعراف في حالة الصحف الجديدة) أثّرت على خطاب كل منها؛ فهناك صحف من قبيل *ABC*, *Ya*, *La Vanguardia*, and *El Correo* عرضت بشكل عام مواقف أكثر حذراً فيما يتعلق بالإصلاح السياسي وكانت أكثر احتراماً للماضي من صحف **البابيس** و**دياريو 16** و**أفوي** و**ديا** التي واصلت مسيرها لا تلوي على شيء متخذة موقفها في موقع اليمين المتطرف وفي إطار خلاف دائم مع كل خطوة من خطوات عملية التحوّل.

الأخبار السياسية والفعاليات الجديدة على الصفحات الأولى

من واقع الأخبار – وهي المادة الخام للصحف – تنشأ الافتتاحيات وتعليقات كُتاب الأعمدة والصفحة الأولى، فتشكل مثلاً على السياسة

المعمول بها في الاختيار والتصنيف بالنسبة إلى الأخبار على نحو ما تقوم به كل صحيفة. كما أنها الموقع الذي يتم فيه تأطير الحقيقة بطريقة تتفق مع سياسات ومبادئ التحرير. ولهذه الأسباب فقد أجرينا تحليلاً كمّياً للأخبار المنشورة على الصفحة الأولى من الجرائد الإسبانية الرئيسية في عامي 1976 و1977، وهي الفترة التي شهدت أهم التغيرات السياسية والمؤسسية. وفي دراسة أنجزت عام 1976 اعتمدنا الأيام العشرة الأولى من كل شهر كمثال، حيث حددنا ما يصل إلى 5272 خبراً. وبالنسبة إلى عام 1977 اعتمدنا الأيام السبعة الأولى باعتبارها فترة كافية لضمان السلامة الإحصائية للعينة التي نتعامل معها. واعتمدنا ما يصل إلى 3451 مادة. وعلى ذلك فإن العينة الإجمالية تألفت من 8723 مادة. ومن أجل هذا التحليل اقتصرنا على استخدام الصحف التي تتمتع بتوزيع على المستوى الوطني من أجل الحفاظ على التوازن فيما بين نوعية المواد الخبرية المعروضة للقراء.

بالإضافة إلى الصحف الست المدرجة ضمن التحليل السابق فقد نظرنا أيضاً إلى التغطية في صحيفتي *Informaciones* و*Arriba* (الأخيرة لا تظهر في الجدول 2.1 لأن توزيعها لم يتم إخضاعه لمراجعة مكتب التوزيع).

وقد اعتمدنا سلسلة من المتغيرات الأساسية مما أتاح لنا تحديد مدى الأهمية المولاة لصالح "الأخبار السياسية القومية". وتحت هذا العنوان أدرجنا الأخبار التي أشارت إلى الأنشطة المنفذة بدافع من المؤسسات الرسمية (الحكومة والبرلمان وما إلى ذلك) وكذلك من جانب صحف المعارضة أو الجماعات المعارضة (كانت غير قانونية حتى بداية عام 1977) وأخيراً كنتيجة الاحتجاجات الاجتماعية أو العمالية بما في ذلك

الاضطرابات التي تعّرض لها النظام العام فضلاً عن الهجمات الإرهابية.

مثل هذه الأخبار السياسية كانت تهيمن بصورة كاملة على الصفحات الأولى من الجرائد القومية وكذلك على مدار فترة سنة بين زيادة قوامها ما يقرب 3٪ (من 53,9 إلى 56,8 في المائة). وبالإضافة إلى ذلك، كان هناك نمو ملحوظ في الأخبار التي تشير إلى المعارضة وإلى الإعتراض بزيادة مشتركة من 28.2-21، وجاء ذلك على حساب تغطية الأنشطة الرسمية وهو ما انخفض بمعدل 4.3 من النقاط ليصل إلى 28.6. والفرق بين هاتين الكتلتين وقوامه 11.9 نقطة في عام 1976 انخفض إلى مجرد 4 في عام 1977. وعلى ذلك فأخبار الأنشطة السياسية الرسمية تضاءلت إلى ما يقرب من نقطة الوصول لمستوى تغطية الأخبار المتصلة بمن كانوا يمثلون بصورة أفضل إسبانيا الجديدة: الجماعات السياسية والنقابات المعارِضة التي كانت في ذلك الوقت سبباً لكثير من حالات الاعتراض والاضطراب. وثمة عاملان آخران كان لهما تأثيرهما على زيادة أهمية أخبار "إسبانيا الأخرى": الاعتراف القانوني بالأحزاب والنقابات في عام 1977 وحقيقة أنه بعد الانتخابات الأولى لم تعد الحكومة تحتكر المبادرة السياسية على نحو ما كان عليه الحال من قبل.

عند وصف سلوك كل صحيفة يصبح من المهم بصورة خاصة تدارس الجريدة التي قامت بالدور الأهم في نشر النوعيات المختلفة الثلاث من الأخبار السياسية. وعليه، قمنا بحساب النسبة المئوية للأخبار التي غطت الجهات الرسمية والمعارضة والاعتراضات التي أشارت لها كل صحيفة على صدر صفحاتها الأولى مقارنة بجميع الأخبار السياسية المنشورة من جانب كل صحيفة. ويلخص الجدول 2.5 النتائج التي توصلنا إليها.

بصفة عامة بعض الصحف جنحت إلى تقديم تغطية أوسع نطاقاً لأنشطة جماعات المعارضة، بينما خصصت في الوقت نفسه تغطية أقل للنشاط الرسمي. وبينما جنحت هذه الصحف إلى أن تحوّلت صوب يسار المنظور السياسي (*Informaciones, El País and Diario* 16) فإن أكثر الصحف تمثيلاً لليمين، وهي **الكازار** اندرجت بدورها ضمن هذه المجموعة. وفي واقع الأمر ففي عام 1977 كان هناك نسبة مئوية أكبر من أخبار المعارضة وأخبار الاحتجاجات في تلك الصحف بأكثر من الأخبار الرسمية. وفي ضوء توجهاتها السياسية يبدو منطقياً أن الصحف اليسارية الثلاث كان من واجبها الحديث عن هذه النوعية من الأخبار بأكثر من الصحف التي كانت على صلة وثيقة بالسلطة (الصحف التي تديرها الدولة وهي **أريبا** و**بويبلو** وصحيفة **يا** المسيحية الديمقراطية) وفي حالة **الكازار** يجب القول بأن جانباً كبيراً من الأخبار المتصلة بالمعارضة كانت تشير إما إلى جماعات اليمين المتطرف التي كانت الصحيفة أكثر تعاطفاً معها، أو إلى الحزب الشيوعي حيث كانت الأخبار في هذه الحالة سلبية بصورة تكاد تكون مستمرة وتقصد إلى الإساءة إلى الصورة العامة للحزب المذكور.

جدول 2.5

نسب النوعيات المختلفة من الأخبار السياسية المنشورة في الصحف القومية الإسبانية
في عامي 1976 و1977

	النسبة المئوية للأخبار السياسية حسب النوعية					
	رسمي		معارضة		احتجاج	
	1976	1977	1976	1977	1976	1977
El Alcázar	60,8	43,2	26,0	32,0	13,2	24,8

23,4	21,1	17,9	9,7	58,7	69,2	*ABC*
35,1	30,9	15,1	12,9	49,8	56,2	*Ya*
21,9	20,8	17,4	13,1	60,7	66,1	*Arriba*
27,3	21,4	17,6	7,2	55,1	71,4	*Pueblo*
34,8	25,5	20,1	20,4	45,1	54,1	*Informaciones*
29,3	25,6	27,1	22,8	43,6	51,6	*El País*
27,3	17,5	29,5	45,4	43,2	37,1	*Diario 16*
27,8	22,5	21,8	16,5	50,4	61,0	*Mean*

التغطية الصحفية للعفو العام الصادر في سنة 1977

من أكثر الأحداث دلالة، إن لم يكن هو الحدث الذي يتسم بطابع رمزي، ما جاء متمثلًا في العفو العام الصادر في تشرين الأول/ أكتوبر 1977، وهو إجراء تعامل مع الماضي في إطار محاولة للنسيان وتطلع إلى المستقبل من أجل البناء. وهذا العفو ألغى العقوبات عن الجريمة السياسية بما في ذلك جرائم الإرهاب من أجل إنشاء نظام يخّص كل فرد باستثناء الذين قرروا أن يخرجوا طواعية عن هذا النطاق. على أنه لم يكن العفو الوحيد الذي تم منحه منذ وفاة فرانكو، بل كان واقع الأمر هو الأقل شمولاً في هذا الصدد. ومع ذلك فقد كان الأكثر أهمية لأنه شمل الجرائم التي انطوت على سفك الدماء وحظي بموافقة كاسحة من جانب البرلمان الذي كان قد تم انتخابه قبل صدرو العفو بأربعة أشهر فقط. أما الإجراءات الثلاثة الأخرى للعفو فكانت كما يلي: العفو الذي منحه الملك بعد إعلانه بتاريخ 25 تشرين الثاني/ نوفمبر 1975 وبموجبه تم الإفراج عن 8903 من السجناء ثم العفو العام الذي طرحته أول حكومة لسواريز بتاريخ 30 تموز/ يوليو 1976 وأدى إلى الإفراج عن 287 سجيناً ثم العفو الذي جرى

إعلانه في 14 آذار/ مارس 1977 الذي تم فيه تحرير 1940 سجيناً (وعلى النقيض فالعفو العام الصادر في عام 1977 لم يتأثر به سوى 98 سجيناً) .

وفي هذه الحالة قمنا بتحليل ما مجموعه 11 صحيفة ومنها ستة صحف ذات توزيع قومي وتنشر في مدريد *(ABC, Pueblo, Ya, El Alcázar, El País and Diario 16)* ثم *El Correo Español, Egin and Deia* من إقليم الباسك و*Diario de Navarra and El Pensamiento Navarro* من نڤارا - وهي منطقة تتاخم إقليم الباسك وفرنسا ويعدها قوميو الباسك جزء من أمتهم. وبهذه الطريقة حاولنا أن ندرج النطاق الكامل للمواقف والأيديولوجيات السياسية سواء على الصعيد القومي أو فيما يتعلق بالمنطقتين المتأثرتين أكثر من سواهما بالعفو العام وفي ضوء حقيقة أن أغلبية السجناء المفرج عنهم كانوا أعضاء من جماعة "إيتا" الإرهابية في إقليم الباسك (Euskadi Ta Askatasuna) ومن واقع التغطية الخبرية في الفترة 18-1 تشرين الأول/ أكتوبر استقينا عينة إجمالية من 879 خبراً وافتتاحية ومادة وغير ذلك من النصوص.

وبالنسبة إلى صحف الباسك *(El Correo Español, Egin and Deia)* فقد نشرت أدق تغطية حيث قدمت 38.2٪ من مجموع الأخبار أما الصحف الأربعة التي قامت بأقل تغطية في هذا الصدد فقد ضمت اثنتين من اليمين المتطرف *(El Alcázar and El Pensamiento Navarro)* ثم الصحيفة التي تديرها الدولة وهي *Pueblo* والصحيفة المحافظة *ABC* وكل هذا ربما يكون له دلالته في هذا الخصوص.

من أجل تعريف إطار الأخبار المنشورة بواسطة الصحف المختلفة فقد تدارسنا ثلاثة متغيرات: محتوياتها المحددة والمنشأ الجغرافي للنصوص ثم الأفراد والأحزاب السياسية أو المنظمات الأخرى التي نشأت منها.

وعلى سبيل المثال فالنصوص التي تشير إلى المناقشات والمفاوضات التي تمت لإقرار قانون العفو العام لم تحظ سوى بنسبة 51.6٪ من المجموع، بينما كانت الحصيلة الإجمالية للأخبار التي كانت تشير إلى تظاهرات الشوارع والأعمال الإرهابية والاضطرابات في السجون تشكل نسبة 41٪ فيما أشارت النسبة المتبقية وهي 7.4٪ إلى النتائج الفورية الناجمة عن القانون المذكور مما يعني أن الصحف اعترفت (بدرجات متفاوتة) بالدور المهم الذي اضطلعت به الجماعات التي تطلب العفو من حيث التأثير على الذين قاموا بصياغة هذا التشريع.

وتم إكتشاف حقيقة التعدد الواسع في المصادر الشخصية أو الحزبية للأخبار أو التعليقات المتصلة بالعفو(*). وفي نطاق الجماعة الرئيسية من الفعاليات الاجتماعية والسياسية كان ثمة أغلبية واضحة من القوميين أو الجماعات اليسارية أو المنظمات اليسارية وكان ذلك انعكاساً أميناً للضغط الاجتماعي الذي تمت ممارسته لصالح صدور العفو العام. والدرجة التي ظهرت بها هذه المجموعات في الصحف كانت تتوقف، على نحو ما يمكن أن يتوقع المرء، على المنظور العقائدي أو الأصل الجغرافي بالنسبة إلى الصحف ذات الصلة. فعلى سبيل المثال شكلت صحف الباسك الثلاث، في مجموعها أكثر من 50٪ من المواد الخبرية المتصلة بأحزاب اليسار المتطرف (59.3٪) والحزب القومي للباسك (50.9٪) فيما شكلت الأحزاب اليسارية القومية الأخرى للباسك (58.2٪) بالإضافة إلى منظمة إيتا (50.2٪). أما السجناء فقد نالهم نسبة أخرى (70٪) وجماعات الضغط

(*) سجلنا في كل نص ما يصل إلى ثلاثة أطراف مشاركة. وفي التعليق الحالي تم التعامل مع هذه الأطراف ضمن سياق واحد بصرف النظر عن ترتيب الظهور في النص.

من أجل صدور العفو[*] (55.8٪). ومجرد ذكر هذه القوى السياسية أو الاجتماعية جاء ليدلل على أن هذه الصحف أصبحت أشد حساسية نحو الأخبار الناشئة عن قطاعات كانت تنطلق من موقف التأييد القوى لصدور العفو العام.

أما صحف مدريد في خطوة تم اتخاذها على ضوء الأهمية الأوسع التي أوليت للأخبار المتصلة بالتفاوض والإقرار والمناقشة لهذا القانون فقد أثبتت أنها أكثر تقبلاً للأخبار التي نشأت عن الأحزاب السياسية الأكبر حجماً والأكثر أهمية على المستوى القوى. ومع ذلك فإن الصحيفتين اللتين تم إنشاؤهما مجدداً وتعبران عن يسار الوسط، وهما **البابيس ودياريو 16**، استخدمتا هذه المواد بصورة أقل من سائر الصحف الأخرى، وكانتا أكثر استعداداً لالتماس مصادر مغايرة للأخبار. وفي واقع الأمر كانتا أكثر ميلاً لاستخدام فكرة جماعات الضغط والسجناء المنسقين والمناضلين من صحف إقليم الباسك وفيما يتصل بالخلفية العامة المشتركة بين ما يقرب من جميع الصحف يوضح نهج كيفيّ أن الأفكار الخمس المتكررة في الغالب كانت تفيد بأن هذا العفو العام: **(1)** يعني المصالحة وبداية جديدة لإسبانيا حيث تتخطى الخلافات التي سبق وأن قسمت إسبانيا إلى اثنتين خلال

(*) حزب الباسك القومي تم تأسيسه بواسطة سابينو أرانا (Sabino Arana) في نهاية القرن التاسع عشر ليمثل الجناح المعتدل من جماعات الباسك القومية، وكان أنجح أحزاب إقليم الباسك في انتخابات عام 1977 أما منظمة إيتا الإرهابية فقد تأسست في عام 1959 بواسطة مجموعة من الشباب الراديكاليين من أعضاء الحزب المذكور وكانت أول هجماتها الفتاكة قد تمت في عام 1968. ثم سعت الجماعات المؤيدة للعفو إلى ممارسة الضغط على الحكومة وتعجيل طرح عفو عام وخاصة لصالح السجناء من الباسك. أما منظمة كوبل (السجناء المنسقون والمناضلون) فكانت منظمة فاعلة تعمل على نشر الفوضى في السجون الإسبانية.

الحرب الأهلية؛ (2) أنه كان واسع النطاق ومفيداً لمستقبل الاستقرار السياسي للدولة؛ (3) أنه تم التوصل إليه كنتيجة للتفاوض السياسي فيما بين جميع الأحزاب الممثلة في البرلمان المنتخب حديثاً كانعكاس لرأي الناس (4) أنه كان قانوناً استثنائياً ومن ثم غير قابل للتكرار (5) أنه ينبغي أن يؤثر إيجابياً على طموحات شعب الباسك وحتى يساعد في القضاء على الإرهاب الانفصالي.

تبقى خارج نطاق المناقشة الأساسية الصحف التي توجد عند خطوط التطرف السياسي. وعليه فإن **الكازار** ارتأت أن العفو قانون غير شرعي لأنه ناتج عن حكومة "التوافق غير الشرعي في مجال التواطؤ السياسي الحزبي" (11 تشرين الأول/ أكتوبر 4 3 :1977)(*) ومن الناحية الأخرى كتبت صحيفة **إيغن** أن قانون العفو لن يكون له قيمة إلا ("عندما يكتمل التغيير فيما يتعلق بالحالة السياسية السابقة" 1 تشرين الأول/ أكتوبر 1977:14) وهو أمر لم يكد أحد يشعر به في إسبانيا.

إن "القدرة على النسيان" وهو مفهوم لازم لفكرة العفو كانت شرطاً أساسياً. فقد عمدت كل من **البايس وداريو 16** على جعل نسيان الماضي محوراً لحملة تأييد العفو من جانبهما. ولكن هذا لم يكن يعني نسيان السنوات الأربعين من ديكتاتورية فرانكو التي أشير إليها بوصفها "فترة طويلة ومظلمة من الحياة الإسبانية نشأ فيها العنف أساساً من خلال السلطة السياسية" (*El País*, 15 October 1977:1) وبعد ذلك بصفحات أكدت افتتاحية الصحيفة المذكورة على حقيقة أن الذاكرة التاريخية لشعب ما لا بدّ وأن تخدم بوصفها "أداة لتغذية مشاريع السلم

(*) Jato, D "العفو بين البيع والشراء"، (El Alczar, 11 October 1977: 3) .

القائمة على التعايش من أجل المستقبل وليس لتغذية مشاعر الكراهية فيما يتعلق بالماضي" (Amnistía, al fin', 15 October 1977: 6).

وبشكل عام فالصحف أيّدت قانون العفو إذ تحوّلت به لتجعله شرطاً ضرورياً لاستمرارية النظام الديمقراطي الجديد. ومع ذلك فالخطاب الصحفي رغم كونه مهيمناً لم يكن موحداً بشكل عام بقدر ما أن كل صحيفة وضعت للمسألة إطارها طبقاً للمبادئ العقائدية التي تصدر عنها.

الاستنتاجات

أوضحت الفترة من 1975 إلى 1978 الأسلوب الذي سارت به كل من السياسة والصحافة في ميدانها حيث كانت كل منهما تلتمس نوعاً من التجانس في الهدف النهائي: ديمقراطية يتقبلها كل فرد ويتم التفاوض عليها من خلال التوافق العام من دون إقصاء باستثناء جماعات العنف أو التطرف. وكانت الصحافة عنصراً مؤيداً للأخذ بأسلوب الاعتدال وأيضاً الحزم في وجه الاستفزازات التي يمكن أن تؤدي إلى زعزعة الاستقرار. وبهذا عملت الصحافة كعنصر تأييد، بل وحليف للحكومة وللملك خوان كارلوس، ولاستراتيجية بناء توافق الآراء، الذي كانت تسعى إليه القوى السياسية الرئيسية. وعملت الصحف على تعزيز المبادئ الأساسية الثلاثة للثقافة الديمقراطية في إسبانيا خلال فترة الانتقال: الحرية والعفو والحكم الذاتي وهذه كانت بدورها نفس الأهداف الرئيسية التي كان الشعب يطالب بها في مظاهرات الشوارع في ذلك الوقت.

لم يكن هذا يعني أن الآراء كانت إجماعية بشأن القضايا السياسية للفترة المذكورة؛ إذ كان هناك اختلافات وتناقضات في الإشارات

والمعاني المطروحة بواسطة الصحف المختلفة. ونستطيع أن نميز أربع مجالات للاختلاف: المنطلقات الأساسية للصحف والمقولات التي استخدمتها دعماً لتدابير الإصلاح وخططها من أجل الوصول إلى تحقيق الأهداف المرسومة، ثم المنظورات الأساسية التي أطلت منها إزاء الماضي القريب والمستقبل المنظور. وبرغم هذه الاختلافات فثمة روح من الواقعية السياسية كانت سائدة وأدت إلى التضحية بالمواقف الانفرادية لصالح العمل على تحقيق الأهداف الرئيسية المشتركة. وبرغم الاختلافات العقائدية فيما بين الفرقاء فقد بذلوا جهداً واعياً للتركيز على مجالات الاتفاق فيما بينهم بدلاً من عوامل الاختلاف. وأوضح سلوكهم ورسائلهم قدراً من الاعتدال المعقول بدلاً من المطالب الديماجوجية أو الإثارة التي لا معنى لها: فعلى سبيل المثال لم يستغّلوا آراءهم المختلفة في الماضي سلاحاً سياسياً ضد بعضهم البعض، وكان هذا عنصر تماثل آخر يتجلى في سلوكيات السياسيين.

ثم إن القيم الديمقراطية الجديدة، وما أسفرت عنه من نتائج، كانت محل استيعاب من جانب أغلبية الفعاليات الصحفية وإن بدرجات متفاوتة، حيث فهم الجميع الحاجة إلى صدور عفو عام واسع النطاق وإن بتفسيرات مختلفة بشأن الذين ينطبق عليهم، أو لا ينطبق عليهم، هذا العفو، وإن كان الجميع قد أدركوا الحاجة لتوجيه رغباتهم في توسيع الحكم الذاتي في المناطق ذات الصلة، ثم اختلفوا بشأن أفضل إجراء يتم اتخاذه وأفضل جدول زمني يتم اتباعه في هذا المضمار. أما المعالم السياسية الأساسية التي أصبحت حقيقة مجسدة لحرية الإسبان (الانتخابات والاستفتاءات وما إليها) فقد تم تفسيرها على أنها أقرب إلى الانتصارات الجماعية للشعب الإسباني وليس انتصارات الحكومة المركزية لسواريز برغم الاعتراف في

الوقت نفسه بقيادته السياسية التي لا يمكن الاستغناء عنها. والذي لم ينضم إلى هذا التوافق العام بين الآراء كان صحفاً قليلة تنتمي إلى اليمين المتطرف أو إلى القوميين في إقليم الباسك.

ومن المساهمات المهمة من جانب الصحف إلى تعددية الحوار السياسي ما كان يتمثل في التقديم المتدرج لفعاليات سياسية جديدة إلى الساحة العامة. وعلى مدار فترة من الزمن عملت الصحف جاهدة لكفالة أن يكون هناك صوت للجماعات المختلفة من المعارضة الديمقراطية التي كانت حتى ذلك الوقت إما تعمل تحت السطح أو لم يكن مسموحاً لها بالتعبير بشأن الأمور العامة التي تؤثر على إسبانيا في عامي 1976 و1977. والصحافة خاصة التي تم تأسيسها مجدداً، كانت كثيراً ما تشكل الناطق الرئيسي لهذه الجماعات نظراً لنقص أي قنوات عملية أخر للاتصال. ومن خلال الإفادة عن أنشطة الجماعات المذكورة إبّان السنوات الأولى من مرحلة التحوّل أسهمت الصحف بصورة ملموسة في تطبيع صورة تلك الأحزاب باعتبارها من القوى الفاعلة السياسية.

العلاقة بين الساسة والصحفيين على مدار الفترة المذكورة التي كانت تتشكل فيها الديمقراطية الإسبانية المعاصرة كانت غير مسبوقة إلى حد ما. وبصورة عامة كان ثمة مستوى مرتفع من الفهم المتبادل بل والتواطؤ بين الطرفين على تقاسم الأهداف المشتركة وعلى طرحها أمام المجتمع باعتبارها الأنسب للنظام الاجتماعي الجديد الذي كان في حالة تطوّر بدوره. ويقيناً أن محرري الصحف الرئيسية كانوا يتلقون دعوة من جانب الحكومة في عام 1976 للتأني في التعامل مع المعلومات المتصلة بالملك والقوات العسكرية والوحدة الإسبانية حتى لا ينجم أي نوع من زعزعة الاستقرار يصيب

العملية الديمقراطية الوليدة (Chuliá 2001: 209). ولكن لم يكن ثمة حاجة لتكرار هذه التحذيرات بسبب المراعاة الذاتية لتلك المنطلقات من جانب أغلبية الصحفيين.

المهام التي قام بها الساسة والصحفيون كانت مختلفة ولكنها كانت متكاملة؛ فالحكومات نفذت عادة المبادرة السياسية وخاصة عندما جرت سواريز رئيساً للوزراء في تموز/ يوليو 1976 وبعد فترة قصيرة من الزمن لاقى فيها سواريز قدراً من التشكك بل والعداء من جانب الجمهور تم التوصل إلى اتفاق حثيث بين السياسيين والصحفيين فبدأ هذا الاتفاق فيما يتصل بسياسة توافق الآراء المتعدد الأحزاب الذي كان من شأنه أن يحكم العملية الدستورية.

بعض الصحف الإسبانية أصبحت الضمير النقدي للإصلاحات الديمقراطية من أجل التعجيل بعملية التحوّل. ومن الناحية الأخرى فالصحف التي تعايشت بصورة هادئة مع نظام فرانكو وإن كانت قد أيدت عملية التحوّل لعبت من جانبها دوراً مهماً. ويجدر التذكير بأسلوب الدعم العميق الذي تلقته عملية الإصلاح وكيف أن هذا التأييد كان يمثل الضمير السياسي والصحفي والتجاري بل كان ثمة نوع من "التحوّل الديمقراطي" للشركات ولهيئات التحرير الصحفية. وحدث هذا التحوّل بطريقة مفاجئة بصورة نادرة وأخيراً اقتصر الأمر على قلة من الصحف التي فضلت أن تظل مخلصة للمبادئ العقائدية والسياسية للفرانكوية.

ويمكن القول إنه خلال السنوات الأولى من التحوّل أيدت الصحافة بشكل عام أهداف الحكومة، وكان ذلك تعاوناً طوعياً وليس مفروضاً بل كان قائماً على أساس الأهداف المشتركة التي تقاسمتها الفعاليات السياسية والصحفية، وكلا الجانبين كان يشكل جزءاً من التوافق العام بين النخب

في ذلك الوقت. واعتباراً من سنة 1979، وفي ظل تطبيع الحياة السياسية مع ما أعقب ذلك من نضال حزبي للوصول إلى السلطة اختفى هذا التوافق الصحفي الاستثنائي.

المراجع

Aguilar, M. A. (1982) *El Vértigo de laPrensa,* Madrid: Mezquita.

Aguilar Fernández, P. (1996) *Memoria y Olvido de la Guerra Civil Espanola,* Madrid: Alianza.

Alferez, A. (1986) *Cuarto Poder en España. La Prensa desde la Ley Fraga,* Barcelona: Plaza & Janés.

Barahona de Brito, A., González-Enriquez, C. and Aguilar, P. (2001) *The Politics of Memory. Transitional Justice in Democratizing Societies*, New York: Oxford University Press.

Barrera, C. (1995) *Sin Mordaza. Veinte Años de Prensa en Democracia,* Madrid: Temas de Hoy.

Chulia, E. (2001) *El Poder y la Palabra. Prensa y Poder Político en las Dictaduras. El Regimen de Franco ante la Prensa y el Periodismo,* Madrid: Biblioteca Nueva/ UNED.

Colomer, J. M. (1998) *La Transición a la Democracia: El Modelo Español,* Barcelona: Anagrama.

Iglesias, F. (1989) "Las transformaciones de la prensa

diaria", in J. T. Álvarez (ed.) *Historia de los Medios de Comunicación en Espana. Periodismo, Imagen y Publicidad (1900-1990)* , Barcelona: Ariel.

Mainer, J. C. and Juliá, S. (2000) *El Aprendizaje de la Libertad, 1973-1986,* Madrid: Alianza.

Reig, A. (1999) *Memoria de la Guerra Civil. Los Mitos de la Tribu,* Madrid: Alianza.

Resina, J. R. (ed.) (2000) *Disremembering the Dictatorship. The Politics of Memory in the Spanish Transition to Democracy*, Amsterdam: Editions Rodopi B.V.

Santos, F. (1995) *Periodistas*, Madrid: Temas de Hoy.

الفصل الثالث

باسم الديمقراطية

(تناقض الديمقراطية وحرية الصحافة في روسيا ما بعد الشيوعية)

هدويغ دو سمايلي

"لا يكفي مجرد الدفاع عن الديمقراطية فالدفاع عنها قد يؤدي إلى ضياعها لكن توسيعها معناه تدعيمها فالديمقراطية ليست ممتلكات إنها فكرة".

(Hubert H. Humphrey, US Democratic Vice-President, 1 October 1942) .

يوصف القرن العشرون بشكل عام بأنه "قرن الديمقراطية" (Freedom House 2000; Sen 1999). وبعد الموجة الأولى والبطيئة من موجات التحوّل الديمقراطي من عام 1828 إلى عام 1926 فإن هذا القرن شهد موجة ثانية (1943-1964) وموجة ثالثة (1974-1990) من موجات التحوّل الديمقراطي (Huntington 1993). ونتيجة لذلك هناك

121 من حكومات العالم البالغ عددها 192[*] توصف بأنها ديمقراطية (Karlekar 2003: 8). أما روسيا ما بعد السوفياتية التي تخلصت من الحكم السلطوي فقط في الموجة الأخيرة من موجات التحوّل الديمقراطي، فهي واحدة من هؤلاء حيث إن المادة 1 من الدستور الروسي لعام 1993 تصف الاتحاد الروسي بأنه "دولة ديمقراطية واتحادية ويحكمها سيادة القانون".

وقد جاء انتشار الديمقراطية على مستوى العالم مصحوباً بتوسع في حرية الصحافة (Sussman 2003: 13) ومن ثم يفترض بأن حرية الصحافة هي ملمح أساسي من ملامح الديمقراطية حيث تعمل الصحافة الحرة بوصفها أداة للتفتيش على مجريات السياسة وهمزة وصل بين المواطنين وممثليهم السياسيين، فضلاً عن كونها أداة لوضع الحكومات موضع المساءلة ووسيلة لإحاطة الجمهور من المواطنين، علماً بما يجري وتوصيل رغباتهم ومشاركتهم في صنع القرار. وفي جميع الحركات الانشقاقية في شرقي أوروبا كان مطلب الديمقراطية مصحوباً بمطلب حرية الصحافة. وفي روسيا أكد ميخائيل غورباتشوف أهمية ما وصف بأنه غلاسنوست[**] (Glasnost) (لم يكن مرادفاً لحرية الصحافة ولكنه كان خطوة في هذا الاتجاه) باعتبار ذلك شرطاً لا غنى عنه من شروط الإصلاح الديمقراطي (Gorbachev 1987: 91) وبعد ذلك أكد بوريس يلتسين (Boris Yeltsin) أنه لا يستطيع فهم أي مجتمع ديمقراطي "بغير حرية التعبير والصحافة" (خطاب مذاع بالراديو وارد فيه Moskvosky

(*) وصل عددها في عام 2015 إلى 195 كأعضاء في الجمعية العامة للأمم المتحدة (المترجم).
(**) بمعنى الإفصاح والشفافية (المترجم).

Komsomolets, 15 March 1997: 1، بينما أكد فلاديمير بوتين (Valdimir Putin) أيضاً العلاقة: "بغير حرية حقيقية لوسائل الإعلام فلن يقدر البقاء للديمقراطية الروسية" (بيان إلى البرلمان الروسي، 8 تموز/ يوليو 2000 وارد في Mereu 2000). وقد صيغت مبادئ حرية الإعلام الجماهيري وعدم جواز الرقابة في القانون الروسي المتعلق بوسائل الإعلام الجماهيرية (27 كانون الأول/ ديسمبر 1991) وفي دستور 1993.

كل هذا أمر إيجابي لا شك فيه. أما الأوصاف التي خلعوها على روسيا – وتتراوح ما بين الديمقراطية الرسمية (Kaldor & Vejvoda 1999) إلى السلطوية (Sakwa 1998) أو التفويضية (Remington 1999; Weigle 2000) أو الخداعة (Delyagin 2000) أو الديمقراطية الشمولية (Goble 2000) تشير إلى مفاهيم تنصرف إلى نموذج ديمقراطي يعد في أفضل الأحوال سطحياً ومنقوصاً. وهذا التعليق بشأن روسيا يتفق مع ملاحظات أكثر عمومية. "فإذا ما نظرنا فيما يتجاوز شكل الديمقراطية – كما يذكر ديموند (Diamond 1996: 31) "فنحن نرى التآكل والركود". وهو يسمى "أحد الملامح الصارخة التي تتسم بها "الموجة الثالثة" [للتحوّل الديمقراطي]" (1996: 23) : الثغرة الفاصلة بين ما يسمى الديمقراطية الانتخابية أو الليبرالية أو بمعنى آخر ركود الديمقراطية الليبرالية.

وبالمثل فإن حرية الصحافة (الروسية) ليست مطلقة، فمنظمة فريدوم هاوس الأميركية ذهبت إلى حد تخفيض وضعية وسائل الإعلام الجماهيرية الروسية من "حرة جزئياً" في عام 2002 إلى "غير حرة" في عام 2003. ومرة أخرى فإن روسيا ليست حالة معزولة بذاتها؛ فالمؤسسة المذكورة تذكر أنه على مستوى العالم كله "أن وجود معيار أدنى من السلوك الانتخابي لا يفضي تلقائياً إلى توافر السمات الأخرى لديمقراطية

ناضجة ومن بذلك مثلاً مؤسسات مدنية قوية وقضاء مستقل وإعلام حيوي وحر" (Karlekar 2003: 8-9). كذلك فإن الاتجاه الشامل نحو الديمقراطية لا يحول دون وجود "ضغط متزايد موجّه من جانب الدولة على ميديا الإعلام إضافة إلى تدهور شامل في حرية الصحافة" من دون "مستويات متصاعدة من انتهاكات حرية الصحافة من خلال نظم منتخبة ديمقراطياً" (2003: 8-9) .

يطرح علينا أمارتيا سن (Amartya Sen) تفسيراً جزئياً على الأقل للملاحظات المختلفة المتصلة بما يوصف بأنه "ديمقراطية أكثر" ولكنه في الوقت نفسه يوصف بأنه "ديمقراطية أقل" و"حرية صحافة أكثر" ولكن في الوقت نفسه هو "حرية صحافة غائبة". فالديمقراطية كلمة تتسم بقيمة عاطفية إيجابية للغاية بمعنى "أنه فيما لا يتم ممارستها عالمياً حتى الآن ولا هي موضع قبول على طول الخط في المناخ العام للرأي العالمي، فقد اكتسبت مكانة تفيد بأنها تؤخذ على كونها صحيحة بشكل عام (Sen 1999: 5). وكما هو حال الديمقراطية، فحرية الصحافة يتوقع منها بصورة متزايدة من جانب الثقافة العالمية والمنظمات الدولية والأقطار المشجعة أن تتسم على الأقل من حيث الاسم بنظام ديمقراطي وصحافة حرة.

وفضلاً عن ذلك، ففيما يظل الافتراض النظري الذي يفيد عموماً بالارتباط الوثيق والتآزر القوي بين حرية الصحافة والديقراطية إلا أن عملية التحوّل الديمقراطي "فيما يوصف بأنه الديمقراطيات الجديدة" مثل روسيا أو بحماية الديمقراطية (فيما يعرف باسم "الديمقراطيات القديمة مثل ما تشهده دول غرب أوروبا) ما يتم التمسك بها باستمرار تبريراً لتقييد حرية الصحافة (بصورة مشددة على نحو أو آخر) مما يخلق نوعاً من العلاقة المتناقضة بين الديمقراطية وحرية الصحافة.

وهذا الفصل سوف يناقش العلاقة المتناقضة بين حرية الصحافة والديمقراطية في روسيا - ما بعد الشيوعية، حيث أن روسيا - ما بعد الشيوعية تمثل وضعاً فريداً من الناحية التاريخية ومن الناحية الاجتماعية - السياسية وبشكل لا يسمح للمبادرة إلى التعميم. ومع ذلك فالملاحظات المتعلقة بروسيا يمكن أن تسهم في فهمنا لطبيعة الصلة التي تربط بين حرية الصحافة والديمقراطية في السياقات الأخرى، وبالذات في سياق ما يوصف بأنه "الديمقراطيات الجديدة". وقبل النظر إلى الحالة الروسية من جانب الساسة وميديا الإعلام والجمهور - فلنبدأ بمناقشة عامة بشأن حرية الصحافة من حيث علاقتها بالديمقراطية.

حرية الصحافة والديمقراطية

الديمقراطية عند حدها الأدنى، هي نظام سياسي يقوم على أساس الانتخابات الحرة والتنافسية والمنتظمة. وهذه الديمقراطية "الانتخابية" تفترض وجود مساحة لحركات المعارضة السياسية وللأحزاب السياسية التي تمثل نطاقاً ملموساً من خيارات الناخبين، ويستطيع قادتها أن يتنافسوا تنافساً علنياً على مواقع السلطة في الحكومة ومن ثم ينتخبون لشغلها (Schumpeter 1943). كما أن مفهوم "ليبرالي" (Diamond 1996) أو مفهوم الديمقراطية الموضوعية (Kaldor and Vejvoda 1999) يمتد ليشمل العناصر الأساسية للتنافس الحر ضمن نطاق تتوافر فيه الحقوق السياسية والمدنية (حرية التعبير وحرية الاجتماع وحرية الديانة وما إلى ذلك) إلى جانب مفاهيم حكم القانون بما في ذلك المواطنة والمجتمع المدني. كذلك فإن مفهوم الديمقراطية الموضوعية لايمكن بسهولة تحجيمه لكي يشمل فقط مجموعة الإجراءات والمؤسسات، ولكن يوصف بأنه "سبيل لتنظيم علاقات القوى بطريقة من شأنها تعظيم الفرص المتاحة للأفراد

كيما يؤثروا على الظروف التي يعيشون في ظلها ويشاركوا في الحوارات الدائرة بشأن القرارات الأساسية التي تؤثر على المجتمع ويؤثرون على تلك القرارات (Kaldor & Vejvoda 1999: 3-4). ولا ينبغي تصوّر الديمقراطية على أنها أوضاع تجمع بين خيار الأول أو الثاني فقط ولكنها بالأحرى هي حالة متواصلة المعنى فالخيار ليس بين ديمقراطية أو لا ديمقراطية ولكنه بين ديمقراطية أكثر أو ديمقراطية أقل، وهذا يصل في غالب الأحيان إلى حيث توجد ديمقراطيات "قديمة" وأخرى "جديدة" (Mayer 1989: 72). يميز لينز (Linz) وستيبان (Stepan)، (Linz and Stepan 1996) بين الديمقراطيات "المعززة" وتلك "التقليدية: فالتعزيز يتم عندما تصبح الديمقراطية "اللعبة الوحيدة المتاحة في الساحة سواء دستورياً أو سلوكياً أو مواقفياً" (1996: 6-5).

وتمثل حرية الصحافة حجر الأساس للديمقراطية. وهي ليست مجرد "ميزة أو منحة من الديمقراطية الليبرالية، بل إنها أساس الديمقراطية الانتخابية؛ فمن أجل إتاحة سبل التصويت الواعي والحر يحتاج المواطنون إلى وعي جميع الخيارات المطروحة وأن يتاح لهم جميع المعلومات ذات الصلة، إذ إن إتاحة هذه المعلومات هي مبرر وجود الصحافة من الأساس. وهناك شرط أساسي لا غنى عنه لأداء هذه المهمة ويتمثل في فصلها عن الدولة وعن المؤسسات السياسية وتحريرها مما قد يكبح قدرتها من أشكال الاعتماد الاقتصادي أو السياسي أو غيره. بيد أن التأكيد على الحرية ليس واضحاً بحد ذاته ولا يلقى قبولاً عالمياً شاملاً، فقد يكون من الصحيح أن "النظرية التقليدية لحرية الصحافة تفتقر إلى طابع تفصيلي لأنها في أبسط أشكالها وأكثرها جوهرية تقول بأي شيء يتعين على الصحافة أن تفعله" (McQuail 1976: 9) ولكن نظرية حرية الصحافة لها نقّادها:

من منتصف القرن التاسع عشر ومنذ لجنة Hutchins وحتى آواخر القرن العشرين يوجد هناك دعاة الصحافة العامة – المدنية. وفي قلب هذا الانتقاد يكمن التأكيد على المسؤولية (الاجتماعية – الصحفية) المرتبطة بالحرية وأحياناً التي تعطي الأولوية حتى سابقة عليها. ويلاحظ جون ميريل (John Merrill) أن هناك تحوّلاً في النموذج الذي يتم في النصف الثاني من القرن العشرين، قائلاً إن التحوّل تم من الصحافة للناس (أو للحكام الوطنيين) – من صحافة التحرر إلى صحافة المسؤولية (17 :2002) .

الحقوق تنطوي على مسؤوليات. ومن ثم فإن الصحافة بطبيعة الحال ليست حرة فقط ولكنها أيضاً مسؤولة (مهنياً) : وبمعنى مسؤولية الصحفيين إزاء تعظيم الفرص المتاحة للمواطنين لكي يتخذوا قراراتهم السياسية ويدلوا بأصواتهم على أساس اختيار مستنير وبعد إمعان للتفكير بشأن المدى الذي عملت فيه الحكومة على الوفاء بعهودها وهي في السلطة ومن ثم بشأن الأسلوب الذي سوف يسلكه المرشحون المتنافسون إذا ما تم انتخابهم أو إعادة انتخابهم للمواقع الرسمية (Gunther & Mughan 422 :2000) وهذه ليست مسؤولية هيّنة: الإفادة إلى أقصى حدٍّ من تدفق المعلومات أمر ضروري من أجل سلامة أداء الديمقراطية لوظائفها، ولكن بالنسبة إلى بعض النقاد فهذه المهمة لا تكفي بحد ذاتها لأنهم يريدون أن تتحمل الصحافة المسؤولية عن تعزيز/ حماية الديمقراطية بحد ذاتها. ويطرح كوهين – الماغور (Cohen-Almagor) هذا بقوة على النحو التالي: "يتعين على ميديا الإعلام أن تتخذ موقفاً حازماً للدفاع عن الديمقراطية عندما يلحقها أي تهديد (90 :2001)".

لم يعد أداء الميديا الإعلامية يقاس من ناحية الاكتمال أو التكامل أو الوجاهة التي تتسم بها المعلومات بل على أساس صحة المعلومات.

وعليه فالمعلومات الكاملة يمكن أن تعوق بدلاً من أن تدعم الإصلاحات التي تتم بواسطة حكومة ديمقراطية. وهاهو فرانسيس فوستر (Frances Foster) يصف هذا الأمر بأنه "دفاع عن النظرية الديمقراطية" وهي نظرية ترى الديمقراطية باعتبارها نظاماً مستقراً للسلطة وتحوطه قوى معادية ومصممة على تدميره (1996: 99) وهذا الرأي ليس مجرداً من الخطورة لأنه مفعم بجوانب أخلاقية، فعندما تكون الديمقراطية "طيبة" أخلاقياً يوجد منتقدون لها ومن ثم يتعين وصفهم بأنهم "أشرار" أخلاقياً. وعليه فمن شأن أي صحافة مسؤولة أن تكون قاضياً أخلاقياً مسموح له أن يسكت الأصوات غير الملائمة أو "الأشرار": بمعنى الذين قد يعملون على إبطاء خطي عملية التحوّل الديمقراطي أو الذين يشككون في مشروعية الديمقراطية بغير أن يشكلوا تهديداً لها بالضرورة. ومن ثم فإن حرية الصحافة تخسر فيما تخسر كذلك الديمقراطية وعليه تحتاج الديمقراطية إلى من ينشق عليها.

والسؤال هو متى يتاح تنفيذ ما دعا إليه كوهين – الماغور (2001: xvi) بشأن "آليات الدفاع الذاتي" لتأمين وحماية الديمقراطية؟ ومتى تصبح عبارة "مسؤولية الصحافة مجرد كلمة رمزية في وجود القيود المفروضة على الإعلام الخبري حتى لا نقول الرقابة (Sussman 2003: 23). في كل بلد وفي كل لحظة تدور حوارات بالغة الحماس بشأن حدود حرية الصحافة والصحافة الحرة التي تعيش توازناً مرهفاً مع القيم المتنافسة التي تنحو نحو فرض قيود على حرية الصحافة من أجل منع تهديد يلحق بالنظام العام أو لحماية أمن الدولة أو أطراف ثالثة كأحداث القصّر. ولكن فيما يتم تحديد بعض الأهداف "المتنافسة" بصور واضحة (مثل حماية الخصوصية) فإن هدف "تعزيز الديمقراطية" يظل واسع النطاق ويبقى محمّلاً بعناصر معنوية بما قد يحول دون وضعه موضع التنفيذ.

تناقض الديمقراطية وحرية الصحافة

واجهة السياسيين

من ضروب التناقض أن عملية التحوّل الديمقراطي في روسيا أصبحت تبريراً للحد من حرية الصحافة وإبقاء وسائل الإعلام أداة للاستخدام. وهذا الاستخدام للوسائل الإعلامية في روسيا ما بعد الشيوعية يشكل استمراراً للماضي الشيوعي وتعبيراً عن الطابع الشمولي للمجتمع؛ فوسائل الإعلام السوفياتية كانت متحررة إلى حد كبير من دافع الربح ولكن لم تكن متحررة من الأهداف الخارجة عن نطاقها (بناء مجتمع شيوعي والهيمنة الطبقية) ومن السيطرة والضغوط الخارجية (من جانب الحزب الشيوعي والحكومة) وبرغم أن الهدف الخارجي (المجتمعي) قد تغّير من إقامة مجتمع شيوعي إلى تقديم أسباب المؤازرة لصالح مجتمع ديمقراطي جديد، فلم يتبدل أسلوب التعبئة لوسائل الإعلام باعتبارها وسيلة تفضي إلى غاية لم يطرأ عليها تغيير إلى حد كبير (De Smaele 2001).

غورباتشوف (الرئيس من 1985 إلى 1991) كان يرى في وسائل الإعلام الجماهيرية أدوات رئيسية لتعزيز سياسته فيما يتعلق بالشفافية ولضمان مؤازرة الإصلاحات التي كان يقوم بها. وكما كان الحال من قبل، فقد عملت وسائل الإعلام على تعبئة الشعب لصالح عقيدة الاشتراكية ولكن الآن بطريقة أكثر دينامية. وقد عمد ياسن زاروسكي (Yassen Zassoursky) عميد كلية الصحافة في جامعة موسكو الحكومية إلى وصف النموذج الإعلامي خلال تلك الفترة على أنه بصورة متتابعة كان يشكل "نموذج الغلاسنوست" (3 :1997) أو "النموذج الفعال" (Instrumental

(Model) (1998: 16, 1999: 29- 30. والوصف الأول يعبر عن عنصر للتغيير وهو القطيعة مع "النموذج الإداري - البيروقراطي" السابق أما الوصف التالي فهو جانب من جوانب الاستمرارية الذي تم وضعه في واجهة الصورة.

يصف زاسورسكي السنوات الأولى من رئاسة يلتسين (التي استمرت من 1991 إلى 2000) على أنها حقبة "نموذج السلطة الرابعة" (The Fourth Power Model). ومع ذلك كانت التوقعات تحلق إلى عنان السماء، وهو يشير إلى أنه منذ الفترة 1995-1996 فصاعداً يمكن وصف الحالة على أفضل وجه بأنها كانت "نموذج السلطة - الشركة" (Autoritarian-corporate Model) على أساس أن الاستمرارية هي التي انتصرت على التغيير (Y. Zassoursky 1997, 1998, 1999) حيث كان يلتسين هو من عيّن نفسه راعياً للديمقراطية وحرية الصحافة. وفيما يتضح أنه "سمح" للصحف بأن تتمتع بحرية أكثر من أي فترة من فترات أسلافه، إلا أنه لم يجادل يوماً في حقه المفترض في منح هذه الحرية. وفي المقابل كان يتوقع من وسائل الإعلام أن تؤيد بولاء إصلاحاته حيث كان يّجسد الإعقاد بأنه من أجل تحسين الإجراءات الديمقراطية فعلى المرء بأن يخطو متجاوزاً هذه الإجراءات نفسها. وباسم الديمقراطية، وفي أعقاب الانقلاب على غورباتشوف في آب/ أغسطس 1999 أمر يلتسين بحظر صدور عدد من الصحف التي لم تكن قد فصلت نفسها بصورة صريحة عن الإنقلاب. وباسم الديمقراطية أبطل يلتسين البرلمان في تشرين الأول/ أكتوبر 1993 ثم عاود حظر صحف المعارضة. وباسم الديمقراطية كان يلتسين يحكم إلى حد كبير بواسطة المراسيم متجاهلاً سلسلة بأكملها من "المراجعات الأفقية". وباسم الديمقراطية كان يلتسين يتوقع بغير مراء أن

تؤيده وسائل الإعلام، وأن ترتب من أجله إعادة انتخابه في عام 1996. وباسم الديمقراطية أيضاً قدم يلتسين "وريثه" إلى الناخبين وإلى مستهلكي الإعلام الروسي في خريف عام 1999.

وكما كان شأن غورباتشوف ويلتسين من قبله، إلا إن فلاديمير بوتين (2000) جنح إلى أن يلتمس في الأوضاع الفريدة الاجتماعية - السياسية في روسيا وفي عملية التحوّل الديمقراطي تبريراً للحد من السلطة الذاتية لوسائل الإعلام؛ فباسم الديمقراطية شن بوتين الحرب على محطات التلفزيون المستقلة أن. تي. في (NTV) وعلى محطة TV6 في عامي 2000 و2001. وباسم الديمقراطية عمد بوتين إلى الحد من تدفق المعلومات بشأن المواضيع المتصلة بالإرهاب. ويتردد كثيراً تعليق الناطق باسمه سيرغي ياستيرزيمبسكي (Sergej Yasterzhembsky) على الصحفيين من جريدة **نيزافيسيمايا غازيتا** (*Nezavisimaya Gazeta*) اليومية حين قال: "لا بدّ أن تراعي وسائل الإعلام التحديات التي تواجهها الأمة حالياً. وعندما تحشد الأمة قوتها لتحقيق هدف ما فهذا يفرض التزامات على كل فرد بما في ذلك وسائل الإعلام" (انظر (Whitmore 2000)). وبرغم أن هذه العبارات وردت ضمن السياق المحدد لحرب روسيا ضد المتمردين الانفصاليين في شيشنيا إلا أن البيان يشهد برأي أن وسائل الإعلام هي أدوات وأن المسؤولية هي الأوْلى من الحرية.

إن وسائل الضغط على الميديا وجعلها قيد الخدمة وسائل عديدة؛ فالرئيس والفرع التنفيذي لهما سيطرة مباشرة على الميديا عن طريق تعيين (وفصل) العاملين في وسائل الإعلام وخاصة رئيس قنوات التلفزيون الروسي العام (ORT) وتلفزيون عموم روسيا المعروف مؤخراً باسم القناة الأولى، ثم التلفزيون والإذاعة الروسية وقناة الثقافة. ومن وسائل السيطرة

المباشرة ما يتمثل في أن منظمات الدولة تتبع مباشرة الفرع التنفيذي. وبالإضافة إلى وزارة الإعلام (التي غيرت اسمها وهيكلها أربع مرات منذ نشأة الاتحاد الروسي المستقل) فإن هذه الوسائل تشمل المؤسسات المخصصة، ومنها مثلاً "مركز روسيا للإعلام الاتحادي" الذي أنشأه يلتسين، وكان قد اجتاز الأزمة بين البرلمان الروسي والرئيس وظل قائماً وموازياً لوزارة الصحافة والإعلام من كانون الأول/ ديسمبر 1992 إلى كانون الأول/ ديسمبر 1993، ثم وكالة الإعلام الروسية التي تم إنشاؤها في عام 1999 للسيطرة على التغطية الصحفية للحرب في شيشنيا. وهناك مؤسسات قد تبدو وكأنها ذات سلطة مباشرة أقلّ على وسائل الإعلام، ولكنها تستطيع أن تلعب دوراً في هذا الشأن، ومنها مجلس الأمن الذي تم تشكيله في عام 1992 ليصبح أساساً محفلاً للمناقشة وهيئة استشارية ثم حّوله بوتين إلى أداة سياسية أكثر أهمية ولتحمل اسم لجنة أمن الإعلام وتتعامل مثلاً بصورة مسهبة مع سياسة وسائل الإعلام الجماهيرية.

إن إمكانية السيطرة غير المباشرة تعد أوسع نطاقاً بكثير؛ فهناك اعتماد وسائل الإعلام مالياً على معونات الدعم (من الدولة) أو على التمويل (من الشركات سواء كان ذلك علنياً أو سرياً). وهناك الاعتماد على مرافق الدولة ومنها مثلاً دور الطباعة ومواقع محوّلات البث والأقمار الاصطناعية ثم على أجهزة الدولة بدلاً من الأجهزة المستقلة من أجل إصدار التراخيص. ثم جاءت القضايا المرفوعة أمام المحاكم بتكاليفها الباهظة (وخاصة ما يتعلق بقضايا السبّ والقذف) لتبعث الخوف في نفوس "الإعلام المنحرف". وفضلاً عن إجراءات (التصديق – الترخيص التي ينقصها الشفافية) للصحفيين بل واستخدام العنف ضدهم وهو ما يمكن رؤيته من واقع آليات السيطرة الفعالة، ويمكن أن نضيف إلى ذلك

حالة اللا أمن القانوني التي ترجع إلى التواتر السريع للمراسيم والأوامر الرئاسية والحكومية التي كثيراً ما تشتمل على إجراءات متناقضة فضلاً عن تغيرات لا سبيل لتوقعها في السياسة والممارسة المتبعة ومن ذلك مثلاً في جباية الضرائب (السماح على نطاق واسع بالتهرب من الضرائب ثم يعقب ذلك إنفاذ صارم) .

واجهة ميديا الإعلام

مع ذلك لا يبدو من العدل أن تُلقى على عاتق السلطات وحدها مسؤولية هذا النظام. فالسؤال المطروح هو: هل وسائل الإعلام كما يفهمها ميريل وآخرون (Merrill et al. 1990: 59) تمثل شركاء "مجبرين" أو شركاء "أحراراً" بالنسبة إلى السلطات؟ إن مقولة الشعور بالذنب ليست ملائمة للطرح في هذا المجال وكل ما نفعله هو أن نلاحظ ونستنتج.

في السنوات الأولى للاتحاد الروسي (1992–1993) التي تميزت بصراع بين الرئيس والبرلمان بدت "معظم وسائل الإعلام وكأنها تعتمد موقفاً قوياً في تأييد الحكومة" (Benn 1996: 472). ويدل تحليل المضمون لبرامج التلفزيون المركزي خلال إجراء استفتاء 25 نيسان/ أبريل 1993 على "الشراكة القوية لتلفزيون الدولة" (Mickiewicz and Richter 1996: 119). كما أن أغلبية وسائل الإعلام اختارت عن طواعية الانحياز للجديد – ومن ثم الديمقراطي أما قادة هذه المنظمات فقد فاتحوا يلتسين بشأن المبادرة التي اتخذوها من جانبهم طلباً لحماية "

" ووعدوا بالولاء "بمعنى الانحياز" في مقابل ذلك (Chugaev 1992) .

تمثل الانتخابات الرئاسية لعام 1996 حالة موثقة جيداً في هذا المجال. ومرة أخرى إن أغلبية الصحفيين والعاملين في المهنة الإعلامية تجمعوا حول يلتسين، واتفقوا عن طواعية على مهمة الحشد الإعلامي لصالحه. وكما ذكر شيفيلوف (Shevelov)، نائب رئيس التلفزيون الروسي العام: "لا تستطيع سوى أن تشير إلى الضغط في حالة لو كان هناك مقاومة ولم يكن هناك مقاومة" (وارد في Lange 1996: 15) وقد التزم الصحفيون بالشراكة ليس فقط لأسباب مادية ولكن أيضاً لاعتبارات معيارية. وها هو إيغور ملاشنكو (Igor Malashenko)، وكان وقتها رئيساً لقناة التلفزيون الخاصة أن. تي. في وقد انضم إلى حملة إعادة انتخاب يلتسين في نيسان/ أبريل 1996 باعتباره كبير المستشارين الإعلاميين، وقد فسر هذا المنطق على النحو التالي: إذا ما قدمت وسائل الإعلام الخاصة تغطية للحملة تتسم بأنها "غير متحيزة ومهنية وموضوعية" لكانت النتيجة هي أن يفوز منافسه زوغانوف (Zhuganov) في الانتخابات ويخسر الصحفيون حريتهم بصورة دائمة. ومضى يقول إن الأفضل أن نصبح ولو مرحلياً "أداة من أدوات الدعاية" في يد الكرملين. وهكذا تم التبرير من أجل حماية الديمقراطية ومن ثم حرية الصحافة. وباسم الديمقراطية تنازل الصحفيون طواعية عن استقلالهم الذاتي وعن حريتهم (Belin 199; Europen Institute for the Media 1996: 8; ; I. Zassoursky 1999: 105).

عموماً، وبخلاف سياق الانتخابات، أكدت البحوث الأمبيريقية وجود التحالف الطوعي بين الصحفيين والسلطات، على نحو ما يذهب إليه مثلاً (Juskevits 2000; Kuzin 1996; Manaev 1995; Svitich and Shiryaeva 1997) ولا يرفض الصحفي الروسي العادي الطابع

الأبوي لوصاية السلطة ومن ثم لا يرفض وصايتها على وسائل الإعلام؛ فالمفهوم المطروح هو المتعلق بالصحفي الفعال أو المشارك على نحو ما وصفه الكاتب الهنغاري جانوس هورفات ((Janos Horvat في Gross) (111 :1996 وهو فرد يريد أن يؤثر على السياسة والجمهور طبقاً لمعتقداته السياسية أو معتقداتها. كذلك فإن تقييد أنشطتهم للاقتصار على عرض الحقائق وحدها كثيراً ما ينظر إليه باعتباره نيلاً من قدر مهنة الصحفي .Voltmer 2000: 478)

إن موقف الصحفي الفرد يناسب مالكي الوسيلة الإعلامية الذين يسوقون "شعار الحماية لحرية الصحافة" (Foster 1996: 100) لحماية حريتهم ومصالحهم الخاصة. ولأن أغلبية الممتلكات الإعلامية تمثل جزءاً من جماعات مالية وصناعية أكبر، وأن الأموال في روسيا لا تزال تتم جمعها عن طريق العلاقات السياسية، فإن المصالح السياسية والاقتصادية والإعلامية مازالت تسير في نسق واحد معاً وفيها تحاول النخب السياسية والاقتصادية أن تضمن، عبر الميديا، ثرواتها ومكانتها ونفوذها، ويشكل بوريس بيريزوفسكي (Boris Berezovsky) وفلاديمير غوسينسكي (Vladimir Gusinsky) النماذج الكلاسيكية - وإن كانت حالياً نماذج يجللها العار بالنسبة إلى الأوليغاركية (Oligarchs) (الأقلية المتحكمة) الإعلامية السياسية - الاقتصادية. وعندما أصبحت المنافذ الإعلامية التي يمتلكها غوسينسكي هدفاً للمحاكمة فقد بادر إلى القول بأن حرية الصحافة ومن ثم الديمقراطية أصبحت مهددة بالخطر. والتقط تحذيراته هذه صحفيون آخرون في روسيا وفي بلدان خارجية (في مقدمتها الولايات المتحدة الأميركية). ومع ذلك فهناك أيضاً أصوات يحفّها التشكك؛ إذ كتب روبرت كولسن (Robert Coalson 2000) في جريدة موسكو تايمز

يقول: إن غوسينسكي لم يُظهر سوى أقل القليل من الانشغال الحقيقي على حرية الصحافة. وشأن أفراد الأقليات المتحكمة الآخرين فهو يبدو فقط مهتماً بهذا الأمر عندما تكون مصالحه الخاصة معرضة لخطر مباشر" وبنفس الطريقة لاحظ سيرج مركوف (Sergej Markov 2001: 24) في معرض الإشارة إلى تجمع التأم عقده بشأن حرية الصحافة: أن جميع الخطب التي ألقاها نجوم محطة أن. تي. في التلفزيونية كانت عن حرية محطة أن. تي.في التلفزيونية. وهذه الروح الأنانية لا يمكن أن تلهم أنصار حرية التعبير لأن مفهوم حرية التعبير، أصبح مبتذلاً بعد الاستخدام الشرير من جانب غوسينسكي على نحو ما يخلص إليه مدير إعلام غازبْروم العام (General Director of Gazprom-Media) ألفريد كوخ (Alfred Kokh) رغم أنه ليس محايداً بالكامل (2000:20) .

ماذا عن الجمهور؟

على نحو ما يذكر برايس (Price) وكروغ (Krug 2000:4)، فلكي تعمل وسائل إعلام حرة ومستقلة يجب أن ينظر المجتمع المستهدف بعين التقدير إلى الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام. ولكن كثيراً من سكان روسيا يبدو وكأنهم إما معادون أو غير مبالين للصحافة المستقلة. ومن الأمور الدالة أن الإعلام المستقل في روسيا يمكن وصفه بأنه إعلام "معارض". وتعد الاستقلالية الإعلامية وهْماً في حين تعد الشراكة هي المعيار المعمول به. والجمهور الروسي الذي يصفه ميكيفيتش (2000: 115) - مستنير إعلامياً بصورة استثنائية - يستجيب للمعلومات الإعلامية ليس بالسؤال عما إذا كان الأمر حقيقياً؟ ولكن بسؤال آخر عن المستفيد من هذا الأمر؟ وتفسر الأخبار على أساس مصدرها سواء كان بيريزوفسكي أو غوسينسكي أو القناة الحكومية أو قنوات بوتانين أو قنوات الشركات أو

صحيفة الحزب الشيوعي. وبالإضافة إلى ذلك، فوسائل الإعلام الخاضعة لسيطرة الدولة تكون محل ثقة أكثر من الإعلام الخاص (Coalson 2001). كما أن النظرة إلى الإعلام بوصفه من أدوات التأييد (رئيس الحكومة أو النظام) نظرة مقبولة بشكل عام على نحو ما ظلت الاستطلاعات تفيد به باستمرار على طول الفترة من عقد التسعينات وأوائل الألفية الثالثة. "في روسيا اليوم إن حرية الإعلام ليست... الأمر الشائع ولا هي المفهوم الذي يلقى مؤازرة شعبية على نحو ما قال الصحفي والمذيع التلفزيوني إيفغيني كيسيليف (Evgeny Kiselev) في مقابلة مع جيرمي ديكر (*Transitions Online*, 10 July 2000). أما إيلينا أندروناس (Elena Androunas) فتذهب إلى غياب "الحرية باعتبار ذلك حالة ذهنية سائدة" (35 :1993).

النتيجة: "وسائل إعلام متعددة بصورة أصيلة ولكنها تفتقر إلى الحرية"

تتمثل النتيجة في التعددية ولكنها لا تتمثل في صحافة مستقلة بمعنى أن تمثيل نطاق عريض من التعبيرات السياسة والآراء والمصالح، تظل روسيا فيما بعد المرحلة الشيوعية تفتقر إلى حد كبير لعنصر التعددية بأكثر من حالة الديمقراطيات الأقدم عهداً وربما بصورة أفدح بكثير وفي كتابه بشأن السياسة الإعلامية في غربي أوروبا يوضح بيتر هامفريز (Peter Humphreys (1996: 312) وجود تراجع منهجي للتعددية في القرن العشرين بسبب فصل المضامين العقائدية للسياسات التقليدية وسيادة النزعة التجارية ونزعة التنميط والتركيز الإعلامي، وفيما يتسم النظام الإعلامي الروسي كذلك بدرجة مرتفعة من التركيز إلا أن هذا التركيز لا يتصل إطلاقاً بعملية نزع الطابع السياسي. وكما يقول ألكسي بانكين (Alexei Pankin): فتحصيل الأموال في رابطة الدول المستقلة (روسيا وحليفاتها) مازال يتم من خلال العلاقات مع الحكومة وفي إطار هذه

اللعبة فهي تساعد على امتلاك الصحف ومحطات البث كوسائل للنفوذ السياسي (33 :1998)". أما إيفان سيغال (Ivan Sigal 1997) فقد وصف التغطية للأنباء في روسيا على أنها "جزء من السياسة" وفي ظل هذه الظروف، وعلى نحو ما يقول الصحفي في جريدة **إيزفستيا** (*Izvestiya*) سيرج أجافونوف (Sergej Agafonov) "فالأمر يحول دون قيام صحافة حرة مستقلة، ولكن يمكن أن تزدهر صحافة غير حرة وتابعة" (ورد في Banerjee 1997: 59). ويتحدث بانكين عن نتيجة فريدة على أساس: "إعلام متعدد حقيقة ولكنه ليس حراً" (30 :1998). ومع ذلك فمن شأن التعددية تأكيد الحق في الوجود من واقع فئات مختلفة تمتلك السلطة في المجتمع هي تعددية غير مؤكدة، وعلى ذلك فعندما تتكاتف مجموعات السلطة مع بعضها البعض في حال شعورها بالتهديد بالنسبة إلى واقعها فإن هذه التعددية تفارق الحياة على نحو ما كان الحال في الانتخابات الرئاسية لعام 1996.

أي رأي يمكن أن يدعي أنه الرأي "الصحيح" وكل جانب من جوانب الصراع على السلطة يدعي أنه الجانب "الصحيح" وعلى ذلك فهو يجعل الديمقراطية إلى جانبه وفي صراعات القوة التي شهدتها مطالع عقد التسعينات عمد كل من يلتسين والبرلمان الروسي إلى توصيف الخصم على أنه "قوة غير ديمقراطية" مع تبرير ما كانوا يتخذونه من إجراءات على أنه دفاع عن الديمقراطية، وبعد عشر سنوات من ذلك التاريخ جاء كل من بوتين وغينسكي بنفس القدر ليرى كل منهما خصمه على أنه عدو للديمقراطية والتعددية القائمة حالياً في الصحافة الروسية التي هي ليست فقط تعددية غير مؤكدة ولكنها تعددية تشوبها حالات الاستئثار بالرأي. فضلاً عن أنها تعددية مفعمة بالجوانب المعنوية وأفدح ضحايا هذا النوع من التعددية هو المعلومات (الوقائعية) وكل صحيفة وكل قناة تلفزيونية

تطرح طبعتها الخاصة من الحقائق، من أجل الحصول على صورة دقيقة لما عساه يحدث. ويتعين على المرء أن يقرأ نحو ست صحف وأن يتابع العديد من محطات التلفزيون يومياً على نحو ما يدعي أندريه فادن (Andrei Fadin 1997). ولكن من يستطيع ذلك؟

ومن ناحية فإن طرح المعلومات من منطلق نية أصيلة نحو تعزيز "الديمقراطية" (الأمن القومي عن مصالح الشخصية وما إلى ذلك) ما هو إلا تشويه للمهمة الإعلامية "الخالصة" لوسائل الإعلام - وتتمثل في ماذا حدث ولماذا حدث. ومن أجل أداء المهام الإعلامية المنوطة بوسائل الإعلام فإن هذه الوسائل بحاجة إلى أن تتحرر من الأهداف الخارجية وتكون منفصلة بصورة واضحة عن جماعات السلطة الخارجية السياسية والاقتصادية. بل وعلى العكس فإن حرية الصحافة تفترض أنه برغم كونها مستقلة، إلا أن الصحافة ليست مطروحة وحدها بعيداً عن الحكومة والصناعة. وثمة شرط أساسي لكي تعمل الصحافة بصورة مستقلة، ويتمثل في ضمان حصولها على المعلومات (السياسية والاقتصادية) فضلاً عن شفافية الحوكمة ذاتها. وعلى صعيد العالم كله يمكن رؤية الترابط بين حرية الصحافة والشفافية ثم بين الشفافية والديمقراطية:

جمع المعلومات هو عنصر حيوي من عناصر حرية الإعلام. وبغير إتاحة الوصول إلى المعلومات يظل الصحفيون محصورين بصورة أساسية في مجرد طرح الآراء. وفيما يشكل الانفتاح بالنسبة إلى بيانات الآراء عنصراً مهماً من عناصر ديمقراطية المجتمع، بيد أنه لا يكفي لتطوّر هذا المجتمع واستمراريته. كما أن إمكانية وجود مجتمع مستنير تتوقف على قدرة الصحفيين على الوصول إلى المصادر. وفي غياب هذا النوع من الفعالية الصحفية يمكن أن يكون للمجتمع إعلام حر ومستقل ولكن قدرته

ستكون محدودة للغاية نحو المضي قدماً صوب بناء المؤسسات الديمقراطية.

(Price and Krug 2000: 19)

الحصول على المعلومات في روسيا

يرتبط أي مناخ لإتاحة الحصول علناً على المعلومات بمبدأ الإعلام بوصفه حقاً عالمياً شاملاً يتمتع به أي فرد على أساس متساوٍ طبقاً للقانون والإجراءات (الشمول) بينما تظل ثقافة السرية تتعامل مع المعلومات على أنها ميزة، وعلى أن الإعلام يتوقف على المنصب أو على الصلات (الخصوصية). وقد ظلت روسيا تتسم باستمرار بثقافة الكتمان بدلاً من ثقافة الشفافية. وفي الاتحاد السوفياتي لم يكن يتاح للصحفيين سوى فرص محدود للغاية للحصول على المعلومات في المحل الأول. بل إن المعلومات التي كان يتم الحصول عليها كان لا بدّ وأن تمر خلال المصفاة الصارمة للغاية (تتسم بأنها سياسية – عقائدية) قبل أن تظهر في سياق الأنباء. كذلك كان التدفق المحدود للمعلومات هو المعيار السائد. فبالإضافة إلى ذلك، لم تكن المعلومات متاحة لكل فرد بنفس الشروط، كما إن الوصول إلى مصادر المعلومات يعتمد على الموقع في الهرم الحزبي، ويعد من مزايا المواطنين من الطبقة الأولى (Novosel 1995: 11-12)، حيث لم يكن الأمر ينصرف فقط إلى المنافع المادية (مثل السكن والغذاء والرعاية الصحية والتعليم) ولكن كان أيضاً يشمل الوصول المعزز إلى المعلومات حيث تتراوح من الحصول على الأفلام أو الكتب "المحظورة" تلك التي لم تكن تعد مناسبة للتوزيع العام (انظر مثلاً Benn 1992: 9) وبين تلقي نشرات الأخبار الأجنبية الخاصة التي كانت تعدها على أساس يومي وكالة تاس ويتم توزيعها بألوان مختلفة طبقاً لدرجة التفاصيل ومكانة القارئ المستهدف (Lendvai 1981: 123-131). وبرغم أن كبار المسؤولين كان

بوسعهم بوضوح أن يطالبوا بالحصول على المزيد من المعلومات، إلا أنهم بدورهم كانوا لا يتلقون معلومات إلا على أساس مبدأ "المعرفة على قدر الحاجة" (Need-to-know) (Bauer et al. 1959: 43) ومن ثم فالنتيجة الإجمالية في هذا الصدد كانت نقصاً في المعلومات، مما جعل المعلومات تشكل إحدى السلع التي كان يشتد السعي للحصول عليها في الاتحاد السوڤياتي (Ellis 1999: 6). وعليه فالشبكات غير الرسمية والاتصال الشفاهي والشائعات كانت تملأ هذا الفراغ (Banai 1997: 252; Bauer and Gleicher 1964; Inkeles and Bauer 1959: 163- 165).

في فترة التحوّل إلى اقتصاد سوقي حر، لعبت الإتاحة المميزة للمعلومات دوراً جوهرياً في عملية الخصخصة التي أصبحت تعرف بأنها "الخصخصة الداخلية" (Insider Privatizations) حيث ظلت المعلومات المميزة أمراً مهماً في روسيا ما بعد الشيوعية، وحيث ظل الحقّ في المعلومات وعدم جواز ممارسة الرقابة أموراً مدرجة رغم ذلك في دستور عام 1993 (المادة 29) ثم في قانون الاتحاد الروسي لعام 1991 بخصوص الإعلام الجماهيري (المادة 1). ويعطي قانون الإعلام الجماهيري الحق في تلقي المعلومات مباشرة ولكن فقط لوسائل الإعلام الجماهيرية: المواطنون الروس لهم الحق في تلقي المعلومات الحقيقية عن أنشطة أجهزة الدولة والمنظمات العامة والمسؤولين عن طريق وسائل الإعلام الجماهيرية (المادة 1-38). وبدورهم فإن مسؤولي الدولة ملزمون عند الطلب بإحاطة وسائل الإعلام علماً بشأن أنشطتهم ولكن بصورة نشطة عبر المؤتمرات الصحفية. أما توزيع المواد الإحصائية وغيرها (المادة 2-38) ورفض تقديم المعلومات، لا يُسمح به إلا في حالة حماية أسرار الدولة أو الأسرار التجارية أو الأسرار الأخرى التي يحميها القانون (المادة 1-40). وهذا لا بدّ من إعلانه بصورة واضحة (المادة 2-40) ويقضي قانون العقوبات

(المادة 144) بعقوبات رادعة عند الرفض غير القانوني بتقديم المعلومات أو إعاقة الأنشطة المهنية التي يقوم بها الصحفيون.

إن مفهوم "أسرار الدولة والأسرار الأخرى التي يحميها القانون" بما في ذلك الأسرار التجارية تُعيق، لا بل تجهض، الحق العام في المعلومات على نحو ما ورد تدوينه في دستور 1993 وقانون 1991 بشأن وسائل الإعلام الجماهيرية (De Smaele 2004)؛ فالتفسير الواسع لسرية المعلومات يسمح بقدر كبير من السيطرة. والأفراد الذين اجتمعوا معاً من المجلس الدولي للبحوث والمبادلات لمناقشة الحالة الإعلامية في روسيا اتفقوا بالإجماع على "أن الحصول على بعض المعلومات العامة بصورة علنية ليس حراً: فالسلطات لا تزال تنظر إلى المعلومات على أنها ملكيتها الخاصة، وهي تريد أن تسيطر على إتاحتها (196 :2001)". وفي الاستعراضات السنوية لانتهاكات حقوق الصحفيين، على نحو ما جمعته مؤسسة حماية الشفافية منذ عام 1993، فإن انتهاك حق الصحفيين في المعلومات، بمعنى رفض حصول الصحفيين على المعلومات ورفض التصديقات على ممارسة الصحفيين وحالات رفض السماح للصحفيين بحضور المؤتمرات الصحفية والوجود في بعض المواقع، مازالت أموراً تجسدها مشكلة مطروحة بصورة متكررة (www.gdf.ru/monitor/). ثم جاءت المسوحات العلمية التي أوردها زفيتش (Svitich) وشريفا (Shiryaeva 1997: 154-160) لتؤكد هذه النتيجة، فضلاً عن تأكيدها ما لحق من تدهور في حصول الصحفيين على المعلومات خلال التسعينات. وتتسم بصعوبة خاصة عملية الحصول على الحقائق المجردة وعلى الأرقام والمستندات، ولم يكد يتغير شيء في هذا المجال منذ العهد السوفياتي. بل إن الفرع التنفيذي للحكومة تشوبه أسوأ سمعة فيما يتعلق بانفتاح المعلومات وتليه دوائر الأمن ثم الشركات

التجارية والشركات التابعة للدولة والشركات المالية (Svitich and Shiryaeva 1997: 154- 160).

ولا يتمتع الصحفيون بحقوق بموجب القانون، ولكن على أساس التفضيلات الشخصية لمسؤولي (الدولة) والخدمات الصحفية على نحو ما يلاحظ فلاديمير إرمولين (7 :2002). وبحكم القانون فوسائل الإعلام متساوية ولكن بحكم التفضيلات فبعضها أكثر تساوياً من الوسائل الأخرى. والكلمات الرمزية في عملية جمع المعلومات في روسيا مازالت هي الثقة والعلاقات والاندماج (Banai 1997: 242). فالسلطات تربطها علاقات مع بعض المهنيين الإعلاميين الذين يتمتعون بـ "ميزات" فيتلقون المعلومات غير المتاحة لسائر العاملين في ميديا الإعلام. ومن ميزات الإعلام في حقبة يلتسين طبقاً لجولاييف (Gulyaev 1996: 14)، إن كان هناك وكالات الأنباء مثل إيتار - تاس (Itar-Tass) وإنترفاكس (Interfaks) وصحف يومية مثل **كوميرسانت وإيزفستيا** (*Kommersant and Izvestiya*) وصحف أسبوعية مثل **حجج وحقائق** (*Argumenty I Fakty*). وأهم قناة تلفزيونية خاصة هي أن. تي. في وكانت تربطها علاقات متنوعة مع الرئيس وإدارته وفيها كانت هذه الوكالة "محايدة أو معارضة" في عام 1994- 1995 ثم أصبحت قناة (مؤيدة في الانتخابات الرئاسية في عام 1996 ثم قناة معارضة بعد ذلك في عام 2000). ومع كل مرحلة فإن مستويات إتاحة المعلومات كانت تتحوّل طبقاً لطبيعة المرحلة ذاتها. ففي السنوات الأولى عندما اتخذ التلفزيون أن. تي. في موقفاً معارضاً كان الإعلاميون العاملون فيه يحرمون في بعض الأحيان من الدخول إلى الكرملين (*Omri Daily Digest,* 13 February 1996) ومع ذلك ففي أيلول/ سبتمبر 1996 تلقت القناة "المتعاونة" ترخيصاً بالبث لصالح القناة

الرابعة بأكملها وتم ذلك بموجب مرسوم رئاسي، ثم تمتعت بالمزايا ومنها مثلاً نفس معدلات البث أسوة بالقنوات التابعة للدولة، وزادت فرص حصولها على المعلومات. ولكن عندما عاودت من جديد اتخاذ موقف المعارضة، شهدت القناة المذكورة اختفاء هذه الميزات بل وضاع مستقبلها تماماً. ومن الأمثلة الأحدث عهداً في هذا الصدد ما يتمثل في الطريقة التي عالج بها الكرملين كارثة غرق الغواصة كورسيك في صيف عام 2000؛ فقد فُرضت قيود على التغطية الإعلامية لهذه الكارثة ولم يسمح سوى لصحفي واحد من قناة التلفزيون التابعة للدولة RTR بدخول مسرح الكارثة. ويقول إيفان كونوفالوف (Ivan Konovalov 2002: 51) أن كارثة الغواصة كورسيك كانت عاملاً حاسماً في تقسيم الإعلاميين إلى "جماعتنا" و"الآخرون". وكان طبيعياً أن ينتمي العاملون في إعلام الدولة من قناة RTR إلى فئة "جماعتنا" ومن ثم ظلوا يتمتعون بفرص الحصول على المعلومات وهنا يصنف كونوفالف محطات التلفزيون على أساس انحسار علاقاتها الوثيقة مع الكرملين على الوجه التالي: محطات RTR والتلفزيون الروسي العام وأن. تي. في ثم مركز التلفزيون.

هناك قلة قليلة من الإعلاميين أو من أجهزة الإعلام ممن يطالبون بحقهم في تلقي المعلومات أمام المحاكم (Svitich and Shiryaeva 1997: 160) فالحفاظ على العلاقات المتميزة يمثل السبيل المفضل لاجتياز حاجز المعلومات، حيث إن البديل الرئيسي يتمثل في رشوة المسؤولين أو القيام بصورة سافرة بشراء المعلومات منهم. وأخيراً، وطبقاً لدائرة منازعات الإعلام الرئاسية القضائية واتحاد الصحفيين الروس "إذا ما تجاوزت تلك الأساليب إمكانياتهم فهم يلجؤون إلى الفبركة والتخمين" (من التوصية المشتركة لعام 1995 فيما يتعلق بحرية الإعلام الجماهيري

ومسؤولية الصحفيين الواردة عند (Price et al. 2002: 339-342).
والحق أن التوصية تلقي المسؤولية على الإدارة بناءً على نشر معلومات غير صحيحة في وسائل الإعلام المغلقة، لأنها تسجل أن "ما تعرض له الإعلام في الغالب الأعم بحيث أصبح غير موثوق به بل ويشوبه النقص والتشويه، ويأتي نتيجة لعدم إتاحة مصادر المعلومات في الأساس" (Price et al. 2002: 341).

الخلاصة

بدأنا من حيث الفهم العام الذي يقضي بأن حرية الصحافة والديمقراطية هي مفاهيم مترابطة للغاية. ومع ذلك فكلا المفهومين لم يلق تعريفاً حاسماً، فالديمقراطية تنطوي على مشاركة المواطنين في عملية صنع القرار، أو على الأقل في انتخاب الحكومة. ولكن الأمور متداخلة إلى حد كبير، في حين أن حرية الصحافة تنطوي على استقلالية الإعلام والتحرر من الأهداف والضوابط الخارجية. ومرة أخرى فالتداخلات عديدة في هذا المضمار. ومن ثم يبدو أن هناك ترابطاً قائماً في هذا الخصوص: بمعنى أنه لم تكن هناك ديمقراطية ولا حرية صحافة في الاتحاد السوڤياتي، فيما ظل الأمر مقتصراً على "ديمقراطية جزئية" و"حرية صحافة جزئية" في روسيا ما بعد النظام الشيوعي. وهنا يجدر إضافة مفهوم ثالث لا غنى عنه لحرية الصحافة والديمقراطية على السواء، ألا وهو الحق في المعرفة أو الحق في المعلومات مقترناً بشفافية الحكومة والإدارة. ولا بدّ من النظر إلى المعلومات بوصفها مفهوماً رئيسياً في الديمقراطية وضماناً للتعبير عن الرأي. وبدلاً من شعار "باسم الديمقراطية" لا بدّ لوسائل الإعلام أن تمارس عملها "باسم حق الناس في أن يعرفوا".

على أن التكامل الوثيق بين الديمقراطية وحرية الصحافة، ومن

ثم بين السياسة والإعلام الجماهيري لا ينبغي التعامل معه على أساس التضليل أو الإجبار فقط، ولكن على أساس تقاسم ثقافة سياسية وإعلامية مشتركة. فمفهوم الثقافة يوحي ببعض الشراكة في القيم: السياسيون والإعلاميون والجمهور العام يتشاركون في نفس الثقافة السياسية وأيضاً في نفس المعلومات ونفس الثقافة الإعلامية. ومفهوم الثقافة يشير أيضاً إلى بعض الاستمرارية عبر الزمن: ليس فقط على مدار الفترة الشيوعية وفترة ما بعد الشيوعية، بل إن الأمر يعود إلى الوراء حتى زمن القياصرة. والثقافة ليست عصيّة على التغيير، ولكن التوقعات الطموحة بشأن دور الإعلام باعتباره محرضاً على الديمقراطية هي توقعات محكوم عليها بالفشل حيث إن الإعلام والمجتمع يتطوّران مع بعضهما البعض وبأنماط متجانسة.

المراجع

Androunas, E. (1993) *Soviet Media in Transition. Structural and Economic Alternatives,* London: Praeger.

Banai, M. (1997) "Children of the System. Management in Russia", in T. Clark (ed.) *Advancement in Organizational Behaviour. Essays in Honour of Derek* S. *Pugh,* Aldershot, Brookfield: Ashgate.

Banerjee, N. (1997) "Big business takes over. A budding independent press returns to the old ways", *Columbia Journalism Review,* Nov-Dec; 59-61.

Bauer, R. A. and Gleicher, D. B. (1964) "Word-of-mouth communication in the Soviet Union", in L. A. Dexter and D.

M. White (eds) *People, Society and Mass Communications,* New York: The Free Press of Glencoe.

Bauer, R. A., Inkeles, A. and Kluchkhohn, C. (1959) *How The Soviet System Works. Cultural, Psychological, and Social Themes,* Cambridge, MA: Harvard University Press.

Belin, L. (1997) "Politicization and self-censorship in the Russian media", paper presented at the national conference of the American Association for the Advancement of Slavic Studies, Seattle, WA, November 1997. Online. Available HTTP: <http:/ /www.rferl.org/nca/special/rumediapaper/ index.html> (accessed 4 June 1998) .

Benn, D. W. (1992) *From Glasnost to Freedom of Speech. Russian Openness and International Relations,* London: Pinter.

-- (1996) "The Russian media in post-Soviet conditions", *Europe-Asia Studies,* 48(3) : 471-9.

Chugaev, S. (1992) "Boris El'tsin. Budu zashchishchat' svobodu i dostojnstvo Rossijskoj Pressy", *Izvestiya,* 17 July.

Coalson, R. (2000) "Media watch. Uniting to protect media", *The Moscow Times,* 19 May. Online. Available HTTP: <http:/ /www.themoscowtimes.ru/19-May-2000/

stories/story40.html> (accessed 19 May 2000) .

-----(2001) "Russia. Managing the messengers", *CPJ Press Freedom Reports from around the World.* Online. Available HTTP: <http:/ /www.cpj.org/Briefings/ 2001/ Russia_coalson/Russia_coalson.html> (accessed 10 February 2004) .

Cohen-Almagor, R. (2001) *Speech, Media and Ethics. The Limits of Free Expression. Critical Studies on Freedom of Expression, Freedom of the Press and the Public's Right to Know,* Basingstoke: Palgrave.

Delyagin, M. (2000) *Russia Reform Monitor,* 742; 31 January.

de Smaele, H. (2001) *Massamedia in communistisch en postcommunistisch Rusland (1917-2000). Factoren van continuïteit of van verandering?* Gent: Universiteit Gent.

-----(2004) "Limited access to information as a means of censorship in postcommunist Russia", paper presented at the EURICOM Colloquium on Censorship and Democracy, Piran, 15-17 April 2004.

Diamond, L. (1996) "Is the third wave over?" *Journal of Democracy,* 7(3) : 20-37.

Ellis, F. (1999) *From Glasnost to the Internet. Russia's New Infosphere*, London: Macmillan.

Ermolin, V. (2002) "Pressa i silovye vedomstva. Vzaimoterpimost' kak forma sotrudnichestva", in M. Pogorelyj and I. Safranchuk (eds), *Sovremennaya rossijskaya voennaya zhurnalistika. Opyt, problemy, perspektivy,* Moscow: Gendal'f.

European Institute for the Media (1996) *Media and the Russian Presidential Elections. Preliminary Report, 4 July 1996,* Dűsseldorf: EIM.

Fadin, A. (1997) "Media profile. In Russia, private doesn't mean independent. Bankers and oil tycoons use the media as a business weapon", *Transitions,* 4(5) : 90-2. Online posting: fsumedia@sovam.com (accessed 8 October 1997) .

Foster, F. (1996) "Information and the problem of democracy. The Russian experience", *American Journal of Comparative Law,* 44: 243; reprinted in M. E. Price, A. Richter and P. K. Yu (eds) (2002) *Russian Media Law and Policy in the Yeltsin Decade. Essays and Documents,* The Hague: Kluwer Law International.

Freedom House (2000) *Democracy's Century. A Survey of Global Political Change in the 20th Century, Freedom House*

Report. Online. Available HTTP: <http://www.freedomhouse.org/reports/ century.html> (accessed 6 March 2002).

Goble, P. (2000) "Toward totalitarian democracy?" *RFE/RL Report,* 21 February.

Gorbachev, M. S. (1987) *Perestroika i novae myshlenie dlia nashei strany i dlia vsego mira,* Moscow: Izdatel'stvo polit. lit-ry. [Published in Dutch as *Perestrojka. Een nieuwe visie voor mijn land en de wereld,* Utrecht: Het Spectrum; in English as *Perestroika. New Thinking for our Country and the World,* London: Collins.

Gross, P. (1996) *Mass Media in Revolution and National Development. The Romanian Laboratory,* Ames, IO: Iowa State University Press.

Gulyaev, M. (1996) "Media as contested power in post-glasnost Russia", *Post-Soviet Media Law and Policy Newsletter*, 29; 12-16.

Gunther, R. and Mughan, A. (2000) "The political impact of the media. A reassessment", in R. Gunther and A. Mughan (eds) *Democracy and the Media. A Comparative Perspective,* Cambridge: Cambridge University Press.

Humphreys, P. J. (1996) *Mass Media and Media Policy*

in Western Europe, Manchester: Manchester University Press.

Huntington, S. P. (1993) *The Third Wave. Democratization in the Late Twentieth Century,* Norman, OK: University of Oklahoma Press.

Inkeles, A. and Bauer, R. A. (1959) *The Soviet Citizen. Daily Life in a Totalitarian Society,* Cambridge, MA: Harvard University Press.

International Research and Exchanges Board (2001) *Media Sustainability Index 2001. The Development of Sustainable Independent Media in Europe and Eurasia,*

Washington, DC: IREX. Online. Available HTTP: <http:/ /www.irex.org/ publications-resources/ msi_2001/ index.htm> (accessed 2 February 2002) .

Juskevits, S. (2000) "The role of the journalist in transition", paper presented at the 6th ICCEES World Congress, Tampere, 29 July-3 August 2000.

Kaldor, M. and Vejvoda, I. (1999) "Democratization in Central and East European countries. An overview", in M. Kaldor and I. Vejvoda (eds) *Democratization in Central and Eastern Europe,* London: Pinter.

Karlekar, K. D. (2003) "Press Freedom in 2002", in K. D. Karlekar (ed.) *Freedom of the Press 2003. A Global Survey of Media Independence*, New York: Rowman & Littlefield. Online. Available HTTP: <http:/ / www.freedomhouse.org/ research/ pressurvey. htm> (accessed 17 March 2004) .

Kokh, A. (2001) "Gusinsky has made "freedom" a bad word" , *Russia Watch,* 6; 19-20.

Konovalov, I. (2002) "Voennaya telezhurnalistika. Osobennosti zhanra", in M. Pogorelyj and I. Safranchuk (eds) *Sovremennaya rossijskaya voennaya zhumalistika. Opyt, problemy, perspektivy,* Moscow: Gendal'f.

Kuzin, V. I. (1996) "Kto i kogda postroit bashnyu? Vospominaniya o proshlom s sovremennym kommentariem", in *Fakul'tet Zhumalistiki. Pervye 50 let. Stat'I, ocherki,* St Petersburg: Izdatel'stvo Sankt-Peterburgskogo Universiteta.

Lange, Y. (1996) "The media and the Russian presidential election", *The Bulletin,* 13(3) : 13-15.

Lendvai, P. (1981) *The Bureaucracy of Truth. How Communist Governments Manage the News,* London: Burnett Books.

Linz, J. J. and Stepan, A. (1996) *Problems of Democratic Transition and Consolidation. Southern Europe, South America, and Post-Communist Europe,* Baltimore, MD: John

Hopkins University Press.

McQuail, D. (1976) *Review of Sociological Writing on the Press,* London: Her Majesty's Stationery Office.

Manaev, O. (1995) "Rethinking the social role of the media in a society in transition", *Canadian journal of Communication,* 20(1) : 45-65.

Markov, S. (2001) "Russian media in a revolutionary period", *Russia Watch,* 6: 22-5.

Mayer, L. C. (1989) *Redefining Comparative Politics. Promise* versus *Performance,* Newbury Park, CA: Sage.

Mereu, F. (2000) "Is this the current view of freedom of the press?" , *The Russia Journal,* 3(39) : 7-13 October.

Merrill, J. C. (2002) "Chaos and order. Sacrificing the individual for the sake of social harmony" in J. B. Atkins (ed.) *The Mission. Journalism, Ethics and the World,* Ames, IO: Iowa State University Press.

Merrill, J. C., Lee, J. and Friedlander, E. J. (1990) *Modern Mass Media,* New York: Harper & Row.

Mickiewicz, E. (2000) "Institutional incapacity, the attentive public, and media pluralism in Russia", in R. Gunther and A. Mughan (eds) *Democracy and the Media. A*

Comparative Perspective, Cambridge: Cambridge University Press.

Mickiewicz, E. and Richter, A. (1996) "Television, campaigning, and elections in the Soviet Union and post-Soviet Russia", in D. L. Swanson and P. Mancini (eds) *Politics, Media, and Modern Democracy. An International Study of Innovations in Electoral Campaigning and their Consequences,* Westport, CT: Praeger.

Novosel, P. (1995) "The iron law of communication", in D. J. Paletz, K. Jakubowicz and P. Novosel (eds) *Glasnost and After. Media and Change in Central and Eastern Europe,* Cresskill, NJ: Hampton Press.

Pankin, A. (1998) "Economic constraints on media independence and pluralism in Eastern and Central Europe", *Balkanmedia,* 7(1) : 27-34.

Price, M. E. and Krug, P. (2000) *Enabling Environment for Free and Independent Media;* a report prepared by Oxford University Programme in Comparative Media Law & Policy. Online. Available HTTP: <http:/ /pcmlp.socleg.ox.ac.uk/ enablingenvironmentgallery. htm> (accessed 26 February 2004) .

Price, M. E., Richter, A. and Yu, P. K. (eds) (2002) *Russian Media Law and Policy in the Yeltsin Decade. Essays and Documents,* The Hague: Kluwer Law International.

Remington, T. F. (1999) *Politics in Russia,* New York: Longman.

Sakwa, R. (1998) "Russian political evolution. A structural approach", in M. Cox (ed.) *Rethinking the Soviet Collapse. Sovietology, the Death of Communism and the New Russia,* London: Pinter.

Schumpeter, J. A. (1943) *Capitalism, Socialism and Democracy.* London: Allen & Unwin. [Published in Dutch as *Kapitalisme, Socialisme en Democratie,* 3rd ed. (1979), DeHaan, Haarlem: Unieboek BV Bussum.].

Sen, A. (1999) "Democracy as a universal value", *Journal of Democracy,* 10(3) : 3-17.

Sigal, I. (1997) *A Survey of Russian Television.* Prepared for USAID, in collaboration with the staff of Internews Moscow. Online. Available HTTP: <http://www. internews. ras.ru/report/tv/> (accessed 6 April 1997) .

Sussman, L. R. (2003) "Press freedom, the past quarter

century. The vile and the Valiant", in K. D. Karlekar (ed.) *Freedom of the Press 2003. A Global Survey of Media Independence,* New York: Rowman & Littlefield. Online. Available HTTP: <http:/ /www.freedomhouse.org/research/ pressurvey.htm> (accessed 17 March 2004) .

Svitich, L. G. and Shiryaeva, A. A. (1997) *Zhurnalistskoe obrazovanie. Vzglyad sotsiologa,* Moscow: IKAR.

Voltmer, K. (2000) "Constructing political reality in Russia. *Izvestiya*- between old and new journalistic practices", *European Journal of Communication,* 15(4) : 469-500.

Weigle, M. A. (2000) *Russia's Liberal Project. State-Society Relations in the Transition from Communism,* Pennsylvania, PA: Pennsylvania State University Press.

Whitmore, B. (2000) "No more heroes. New Russia asserts old press controls", *International Press Institute Report,* 1. Online. Available HTTP: <http:/ /www.free media. at/publicat.html> (accessed 16 August 2002) .

Zassoursky, I. (1999) *Mass-Media vtoroj respubliki,* Moscow: Izdatel'stvo Moskovskogo Universiteta.

Zassoursky, Y. N. (1997) "Media in transition and politics

in Russia", paper presented at the International Conference on Media and Politics, Brussels, 27 February-1 March 1997.

-----(1998) "Changing media and communications", in Y. N. Zassoursky and E. Vartanova (eds) *Changing Media and Communications,* Moscow: Faculty of Journalism, IKAR.

-----(1999) "Open society and access to information. The role of Russian media", in Y. N. Zassoursky and E. Vartanova (eds) *Media, Communications and the Open Society,* Moscow: Faculty of Journalism, IKAR.

الفصل الرابع

أهي حالات تضارب في المصالح؟
(مناقشة دور الإعلام في جنوب أفريقيا - مرحلة ما بعد الفصل العنصري)

هيرمان واسرمان وأرنولد س. دو بير

شهد يوم 27 نيسان/ أبريل 1994 حدث التحوّل الرسمي لجنوب أفريقيا من دولة سلطوية تخضع لحكم الأقلية البيضاء إلى ديمقراطية دستورية، عندما أتيح لجميع مواطني البلد المذكور أن يدلوا بأصواتهم في الانتخابات الديمقراطية الأولى. وهذه الانتخابات شكلت تتويجاً لعملية تحوّل ديمقراطي كان قد بدأ في عام 1990، بعد عقود من الضغوط المتزايدة التي مورست سواء من داخل جنوب أفريقيا أو على الصعيد الدولي. وبعد ذلك اليوم أعلن رئيس الوزراء أف. دبليو. دو كليرك (F.W. de Klerk) إنهاء الحظر الذي كان مفروضاً على حركات التحرير، والإفراج عن جميع السجناء السياسيين بمن فيهم نيلسون مانديلا (Nelson Mandela) الذي أصبح رئيس البلاد في ما بعد. وكما كان متوقعاً، كانت هذه الأحداث هي التي أطلقت العمليات لتشكيل ساحة المسرح السياسي والاجتماعي هناك. ولكن في عام 2004، أي بعد عشرة أعوام من انتخاب أول حكومة

ديمقراطية، كانت هذه العمليات أبعد ما تكون عن الاكتمال. ومن هذه المجالات الخاصة بالعمليات التحوّلية التي لا تزال جارية، وسط الكثير من الجدل، هو مجال الإعلام.

وهذا الفصل من الكتاب سوف يطرح صورة عامة لبعض أهم التغيرات الملموسة التي طرأت على قطاع الإعلام منذ بدء عملية التحوّل الديمقراطي، فضلاً عن محاولة استكشاف بعض القضايا البارزة والصراعات الناشئة عن تلك التطوّرات.

ويستهدف الفصل توضيح تطوّرات العقد الماضي فيما يتصل بالإعلام، وكيف ترتبط هذه التطوّرات بما يجري حالياً من حوارات بشأن الميديا في مجتمع جنوب أفريقيا الديمقراطي. ومن خلال هذه المحاور المختلفة سوف نحاول توضيح أنه، برغم استمرار مواريث الماضي لكن لن يكون من قبيل المبالغة القول بأن العقد الزمني المذكور كان ولا يزال متصفاً من الناحية العملية بكلمة واحدة وهي: التغيير.

سوف يعمد هذا الفصل إلى إلقاء نظرة عامة على التطوّرات التالية:

• التغييرات في نمط المِلكية؛

• التغييرات في الأطر المعيارية السائدة؛

• توسيع النطاق الإعلامي؛

• الصراعات التي نشأت بين المسار الإعلامي العالي وحكومة ما بعد الفصل العنصري "الأبارتيد" (Apartheid).

• نظم القيم المختلفة التي أفضت إلى احتكاك بين الإعلام والحكومة.

المواقف المتغيرة: المِلكية والتحوّل السياسي

كان الإعلام في مساره العادي في ظل نظام الفصل العنصري يتصف بأنه أبيض إلى حد كبير. وكان إعلام البيض منقسماً على طول الخطوط العقائدية، حيث ارتبطت الصحف الليبرالية الناطقة باللغة الإنجليزية برأس مال التعدين، ولقيت تسامحاً من جانب الحكومة، بينما امتلكت دولة الأبارثيد صحافة قومية أفريكانية سيئة إلى حد كبير وكانت تعمل لحسابها (Jacobs 2004: 106; Tomaselli and Dunn 2001). أما قطاع البث الإذاعي (انظر Tomaselli et al. 1989) فكان خاضعاً بصورة تكاد تكون كاملة لهيئة إذاعة جنوب أفريقيا التي تمتلكها الدولة العنصرية، ورغم وجود وسائل إعلام بديلة إلا أنها كانت تعمل تحت وطأة تهديد لا ينقطع.

خلال عقد التسعينات تغيّر هذا الموقف بصورة ملموسة سواء من ناحية المِلكية أو تشكيلات هيئات التحرير. وفيها ذوت الصحافة البديلة (انظر: Switzer, 1997, Tomaselli and Louw 1991) .

في بواكير العقد التسعيني بفعل نضوب التمويل الخارجي (Jordan 2004) فقد شهدت الساحة عمليتين لنقل الملكية اللتين أصبحتا تسميان باتحادات التمكين للسود. وأدى ذلك إلى تحويل ملكية عدد من أكبر الصحف إلى مُلّاك من السود. وفي تطوّر ملحوظ آخر كانت المجموعة الأيرلندية المستقلة قد اكتسبت السيطرة على سلسلة من الصحف ومن ثم فتحت السبيل للتنافس على المستوى العالمي بالنسبة إلى إعلام جنوب أفريقيا.

الإذاعة أصبحت أكثر تنوعاً، فقد أعيدت هيكلة هيئة الإذاعة لكي

تعكس التنوع العرقي في برامجها وموظفيها، وأصبحت إدارتها الكبرى خاضعة للنقد بصورة عامة (Jacobs 2004; Tomaselli 2000) وبعد عام 1994 دخل إلى المجال جهاز إعلامي جديد وخاص ومتاح له المشاركة على الأثير وهو e.tv وكان من شأنه طرح المنافسة على عملية الترفيه الإعلامي وتقديم البرامج الإخبارية، ثم استجدت على الساحة أيضاً الخدمة المتلفزة التجارية على أساس الاشتراكات M-Net منذ أواخر الثمانينات حين دخلت إلى سوق الإرسال المتلفز بالأقمار الاصطناعية من خلال شركتها الشقيقة MultiChoice في عام 1995، وهي الآن تقدّم أعمالها من خلال الاشتراكات والبّث على الأقمار الاصطناعية إلى أكثر من 50 بلداً ومن ثم تهيمن على السوق الأفريقية (Jacobs 2004: 140) كما أن محطات الإذاعة المحلية دخلت إلى هذا المجال نتيجة للتشريعات الجديدة التي وسعت إمكانية الوصول إلى سبل الإعلام الجماهيري.

ظهرت صحف التابلويد (الإثارية) في السوق منذ عام 2000 فيما يراها بعض المعلقين (Addison 2003) إنها تزود المجتمعات السوداء بالذات، بمعلومات مفيدة للعون الذاتي مثل المهارات الصحية والمهارات الحياتية من خلال أعمدة النصائح وغيرها (Jacobs 2004: 148- 149) وتلك إشارة إلى موقفها المجسّد في الجناح اليميني ونهجها المتبع في الإثارة. على أن وصولها إلى السوق كان بمثابة بداية لحرب التوزيع في المجال الإعلامي؛ فالضغوط التجارية المتصاعدة والناجمة عن سوق إعلامية متنافسة باطراد (سواء في جنوب أفريقيا أو على المستوى العالمي نتيجة التقدّم التكنولوجي في عولمة الميديا) أفسحت الطريق إلى تسلل آفة "التَبلدة" (Juniorization) إلى قاعات الأخبار ومن ثم تفضيل لإملاءات المصالح التجارية في إصدار الأحكام الصحفية، فضلاً عن تراجع الصحافة المتخصصة (Harber

2002; Jacobs 2004: 149). ولوحظ كذلك انخفاض مستوى المهارات الصحفية على نحو ما ذكرت دراسة تمت بين صفوف الصحفيين الشباب الذين تعاقد معهم منتدى المحررين الوطنيين في جنوب أفريقيا في عام 2002 (De Beer and Steyn 2002).

وفي إطار إعادة هيكلة المؤسسات الإعلامية لكي تبدأ في التعبير عن الخصائص السكانية لمجتمع جنوب أفريقيا، فإن التشكيلة العِرقية لقاعات التحرير بدأت في التغّير بصورة مثيرة، حيث زاد عدد الصحفيين السود الذين يكتبون ويحررون لصالح المنشورات الإعلامية الشائعة، كما أن الدمج بين الصحفيين السود والبيض اكتسب طابعاً رسمياً في عام 1996 من خلال إنشاء منتدى المحررين الصحفيين في جنوب أفريقيا. ومع ذلك فقد أشار بعض النقاد إلى أنه برغم ما طرأ من تغيير على الإعلام في جنوب أفريقيا من ناحية أنماط التحرير والمِلكية إلا أنه لا يزال قائماً إلى حد ما على أساس طبقي ويفتقر إلى التنوع الكافي (Tomaselli cited in Harber 2002; Duncan 2003; Haffajee 2004; Jacobs 2004; Jordan 2004).

تغيير القواعد: تحوّلات في النظم المعيارية

في ظل نظام الفصل العنصري كانت وسائل الإعلام خاضعة لسيطرة صارمة. وفيها كانت الوسائل الإعلامية الرئيسية تتبع بدقة الخط الحزبي (في حالة الميديا الأفريكانية الخاضعة للبيض) أو كانت تطرح انتقادات ليبرالية (في حالة الميديا الناطقة بالإنجليزية) فإن عدداً من المنافذ الإعلامية البديلة والمناهِضة للفصل العنصري كانت موجودة بكل تأكيد (انظر Switzer 1997; Tomaselli and Louw 1991). بيد أن هذه المنافذ كانت تعمل في ظل تهديدات دائمة تتمثل في مضايقات من جانب الدولة أو سيطرة

حكومية من أنواع شتى، بل كانت في كثير من الحالات ضحية لحكومة لم تكن تتعامل مع الانتقاد بروح من السماحة. والصحفيون الذين كانوا يعملون لدى هذه المطبوعات كثيراً ما كانوا يتعرضون للملاحقة أو السجن، فضلاً عن تعرض منشوراتهم للرقابة أو الحظر بموجب سلسلة من القوانين المقيدة وخاصة تحت طائلة ما كان يسمى بحالة طوارئ الولايات، التي كانت تمنح الحكومة مزيداً من السلطات الدراكونية. وطبقاً لما أفاد به هاشتن (Hachten) وغيفارد (Hachten and Giffard (Giffard) 1984) كان هناك أكثر من مئة قانون من أجل السيطرة على وسائل الإعلام بطريقة أو بأخرى، كما أن ميديا البث الإذاعي التي اقتصرت على ملكية الدولة ظلت تعمل بوصفها أداة للبروباغاندا لصالح الحكومة (Jabcobs 2004; Switzer and Adhikari 2000).

لم يبدأ عمل التلفزيون إلا سنة 1976 وبعد مقاومة طويلة من جانب الحكومة (Tomaselli et al. 1989) وكان من المفترض أن معارضة الوسيلة الإعلامية المذكورة نجمت كما كان مفترضاً نتيجة ما يمارسه من تأثير فاسد ثقافي وأخلاقي برغم أن تعرضه الواسع النطاق للانتقادات الخارجية هي التي كان يخشاها النظام العنصري (Hachten and Giffard 1984). والحاصل أن المناخ المعنوي السائد كان خانقاً إذ كان ينطلق من واقع دولة مصابة بالبارانويا فحظرت الإشارة إلى الزعماء المناضلين المودعين في السجون مثل مانديلا، أو استخدام صورهم الفوتوغرافية، بل أنها فرضت مذهباً كلفينياً ضيقاً وصارماً على القضايا الأخلاقية. ومن دون تمييز بين المنشورات الإباحية والقمار والأدبيات التي كانت تشكل تهديداً للأيديولوجية العنصرية ما بين كتابات ماوتسي تونغ إلى أعمال الروائيين الأفريكان التي كانت تصف قصص الحب فيما بين الأعراق

المختلفة كل هذا كان موضعاً للحظر والتحريم. وبسبب البيئة التشريعية الصارمة كانت ميديا الإعلام في ظل نظام الفصل العنصري يعنيها عدم مخالفة القانون أكثر مما كان يهمها طرح المناقشات المتصلة بالواجب المعنوي الذي تتحمل به إزاء المجتمع (Froneman 1994).

والحاصل أيضاً أن النظام المعياري خضع لتغيرات راديكالية مع استهلال عملية التحوّل الديمقراطي في عقد التسعينيات(*) (انظر Giffard et al. 1997; Jackson 1993) من هنا تم إلغاء قوانين النظام العنصري للإعلام وأتيحت حرية الإعلام في الدستور الجديد ضمن شرعنة للحقوق التي لا تضمن فقط حرية وسائل الإعلام، ولكنها تمتد لتكفل حرية التعبير وحرية الحصول على المعلومات الرسمية (برغم الإبقاء على بعض القيود ومن ذلك مثلاً ما يتعلق بالتحريض على العنف أو الكراهية العنصرية). ويمكن النظر إلى اعتماد الدستور باعتباره أهم تغيير تشريعي رسمي كان له أثره على أعمال الوسائل الإعلامية في مجتمع ما بعد الفصل العنصري (Oosthuizen 2002: 101; Retief 2002: 26) كذلك فإن إحالة قوانين حقبة الفصل العنصري إلى التقاعد ومنها مثلاً قانون الأمن الداخلي (رقم 74 لسنة 1982) أتاحت للميديا، ضمن أمور (ajn)، أن تعيد ما كان يقول به أعضاء الأحزاب السابق حظرها ومنها مثلاً المؤتمر الوطني الأفريقي كما إنها قيدت سلطات الحكومة في التدخل إزاء القضايا التحريرية (بالنسبة إلى نظرة شاملة على دور إعلام جنوب أفريقيا في إطار العمليات السياسية الديمقراطية مثل الانتخابات انظر (De Beer 2004).

(*) هذا الجزء يستند إلى مناقشة أكثر تفصيلاً للأطر الأخلاقية في مرحلة ما بعد الفصل العنصري عند واسرمان وبولوكا (Wasserman and Boloka) (2004) .

وحل محل قانون المطبوعات لعام 1974 قانون بشأن الأفلام والمطبوعات (رقم 65 لعام 1996) وفيه حل محل القوانين التقييدية نظام تصنيف ليبرالي (Oosthuizen 2002: 97, 103). ولكن مازال هناك بند (الباب 205) من قانون الإجراءات الجنائية (رقم 57 لعام 1977) يمكن استخدامه حتى الآن بشأن الكتب الممنوعة ومازال يستخدم لإجبار الصحفيين على الإدلاء بشهادتهم أمام المحكمة أو إفشاء مصادرهم إذا ما كان ذلك "يعد مهماً لحل جريمة مدعى بارتكابها" (Oosthuizen 2002: 104). وكثيراً ما يلقى استمرار قوانين الحقبة العنصرية معارضة من جانب المنظمات الإعلامية ومنها منتدى المحررين ومعهد حرية التعبير، والمعهد الإعلامي للجنوب الأفريقي (انظر مثلاً سلسلة المطبوعات السنوية للمعهد الأخير المذكور: إذاً هل هذه ديمقراطية؟ حالة الإعلام في الجنوب الأفريقي).

كانت وسائل الإعلام في ظل النظام العنصري خاضعة لتدابير تشريعية صارمة وكان الاهتمام منذ عام 1994 منصّباً على التنظيم الذاتي لتلك الوسائل. وعليه كان هناك هيئتان للمتابعة والمراقبة، وهما أمين المظالم الصحفي ولجنة شكاوى البث الإذاعي في جنوب أفريقيا، وقد حلتا محل مجلس الإعلام في جنوب أفريقيا الذي كان بمثابة تركة سياسية موروثة عن النظام القديم (Oosthuizen 2002: 72; Retief 2002: 237) وهذه الهيئات تستمع إلى الشكاوى من الجمهور وتستطيع أن توجه اللوم للمؤسسات الإعلامية التي تخالف الأعراف الأخلاقية. وكثير من المطبوعات والإذاعات الكبرى أصبح لها الآن مواثيق الشرف التي تتبعها. وفيما ينطبق الأمر نفسه على منظمات من قبيل معهد حرية التعبير ومنتدى المحررين الصحفيين، واتحاد الصحفيين في جنوب أفريقيا، والمعهد

الإعلامي للجنوب الأفريقي، يمكن النظر إلى هذه المنظمات على أنها تحمي المصلحة العامة ضد التدخل من جانب الحكومة بينما لقي مفهوم "المصلحة العامة" وهو مفهوم يعد موضع جدل في حد ذاته في جنوب أفريقيا - ما بعد الفصل العنصري اعتراضات من خلال طرح مفهوم مقابل وهو "المصلحة القومية" على نحو ما سيرد مناقشته أدناه(*). وفيما يتعامل أمين المظالم الصحفي ولجنة الشكاوى الإذاعية أساساً مع وسائل الإعلام الجديدة، فإن ثمة هيئة منظمة هي مجلس الأفلام والمطبوعات أعيد إنشاؤها لتطرح التوجيهات المعيارية بالنسبة إلى ميديا الترفيه ثم تسهر على تنفيذ القيود العمرية المتعلقة بمنتجات الترفيه.

الجمهور المتغير: التوسع في إتاحة وسائل الإعلام

على نحو ما سبق ذكره فقد طرأ على وسائل الإعلام في جنوب أفريقيا تغيرات مهمة من ناحية المِلكية خلال عملية التحوّل الديمقراطي؛ فالمنافذ الإعلامية التي كانت في السابق مملوكة للبيض تم تحويلها إلى مالكين من السود في نطاق ما وصف بأنه صفقات "التمكين".

وفيما أدت هذه التحوّلات بالملكية إلى تغيير وجه الإعلام في جنوب أفريقيا فإن إنشاء منافذ إعلامية جديدة أفضى بالتالي إلى مزيد من تنويع النطاق الإعلامي، وفي مقدمة هذه التطوّرات الجديدة، وبقدر ما يتعلق

(*) بعض المعلقين (كما ورد في Duncan 2003) لاحظوا أن هذه الهيئات التنظيمية لا تكفي لضمان أن تصبح وسائل الإعلام الرئيسية مسؤولة أمام الجمهور العام، وطالبوا بإنشاء منافذ إعلامية أكثر لا تتسم بالطابع التجاري لخدمة مصالح المجتمعات، وكذلك بإنشاء ما يسمى "السلطة الخامسة" (بمعنى الجمهور العريض) بما من شأنه "مساءلة الصحفيين" في الوسائل الإعلامية المدفوعة بعنصر الربح في ضوء المسؤوليات الديمقراطية المتعارف عليها للصحافة باعتبارها "السلطة الرابعة".

الأمر بوسائل الإعلام، ما يتمثل في التغيير الذي طرأ على تشكيل قطاع البث الإذاعي. ولأن التلفزيون والراديو يشكلان المصدر الرئيسي للأخبار بالنسبة إلى 96٪ من سكان جنوب أفريقيا (Davidson cited in Jacobs 2004: 134) فإن هذه التغيرات تتسم بقدر من الأهمية. وفي خطوة أدت إلى إضعاف سيطرة الدولة على المصدر الإذاعي العام، تم إنشاء هيئات مستقلة لتنظيم الترخيص والامتلاك في قطاع البث الإذاعي.

شهد عام 1995 مَنح 80 ترخيصاً إلى محطات راديو جديدة محلية من جانب سلطة الإذاعة المستقلة (التي تم بعد ذلك تقسيم مهامها في مجال تلقي الشكاوى ومنح التراخيص بين لجنة الشكاوى الإذاعية وهيئة الاتصالات المستقلة). وبرغم أن هذا العدد ما لبث أن تناقص إلى نحو 65 فقط، ويرجع ذلك أساساً إلى مشاكل الإدارة والتمويل، إلا أنه أدى إلى توسيع سبل إتاحة الإعلام الإذاعي بصورة كبيرة حيث إن اتفاقات التراخيص نصت على ضرورة أن تركز البرامج على القضايا المجتمعية وتساعد على تطوير نوعية الحياة في المجتمع ذي الصلة. ومن خلال تزويد المجتمعات الجغرافية التي كانت مهملة في السابق والمجتمعات الأخرى التي تهتم بالمنابر الإعلامية فقد طرأت على الساحة الإذاعية تنويعات أساسية بشكل واضح.

بعد ذلك تم إنشاء وكالة تنمية وتنويع الوسائل الإعلامية للمساعدة على تطوير المنشورات المجتمعية. وقوبل ذلك بنوع من المقاومة من جانب الوسائل الإعلامية التجارية العادية التي تعيّن عليها أن تساهم في تمويل الوكالة. وفيما أشار بعض نقادها إلى حقيقة أنه طبقاً للمقترحات الأساسية التي طرحت على الأقل (وتم بعد ذلك تعديلها) فسوف تُفتح الوكالة المذكورة أمام التدخلات الحكومية فيما عمد آخرون إلى تسليط الأضواء

على تأخرها في الأخذ بيد المؤسسات الجديدة إلى حيث تحقق نتائج مثمرة (Jordan 2004).

التحوّلات الأخرى التي طرأت على قطاع الراديو شملت بيع ست من المحطات الإقليمية التابعة لهيئة إذاعة جنوب أفريقيا إلى مستثمرين من القطاع الخاص، مع تخفيض مبالغ الدعم الحكومية المقدمة إلى قطاع الإذاعة العامة. وأدى ذلك إلى تشجيع هيئة الإذاعة إلى أن تتعامل بصورة متزايدة مع إيرادات الإعلانات من أجل تمويل مهامها العامة وكان ذلك تطوّراً نتجت عنه أثار مترتبة بالنسبة إلى الأخبار ومحتوى الشؤون العامة الذي تقدّمه الهيئة المذكورة (Jacobs 2003: 135). وفي وقت الكتابة (أيلول/ سبتمبر 2004) طلبت إذاعة جنوب أفريقيا إلى هيئة التنظيم المستقلة أن تخفف من شروط اتفاقات الترخيص بما يتسنى معه أن تضفي الطابع التجاري على بعض من خدماتها الإذاعية. وكما سبق ذكره تم توسيع قطاع التلفزيون من خلال إدخال البث التلفزيوني بالأقمار الاصطناعية فضلاً عن محطة جديدة وحّرة للبث التلفزيوني. وتعمل هيئة إذاعة جنوب أفريقيا الآن على تشغيل محطات تلفزيونية مجانية وتستخدم جميع اللغات الرسمية الإحدى عشرة فضلاً عن خدمات بالاشتراك إلى بلدان أفريقية أخرى باعتبارها مشاركة في "باقة" للبث بالقمر الاصطناعي وأدى ذلك إلى أن أصبح قطاع البث الإذاعي مقسماً إلى ثلاث طبقات: عام وخاص/ تجاري ومحلي.

وقد جاء تطوّر شبكة الإنترنت في عقد التسعينيات ليطرح منبراً جديداً لنشر الأخبار والتوسع في الإعلام التجاري. ومعظم الصحف والمجلات الرئيسية أصبحت الآن تمتلك طبعات إلكترونية وكما أصبح لهيئة الإذاعة ولمحطات الراديو التجارية الخاصة وجود على الشبكة العالمية

يتراوح ما بين معلومات عن البرامج إلى تحديث للأخبار، فضلاً عن أن أكبر هيئتين في مجال الإعلام وهما *Naspers* و*Independent* لهما كذلك خدمات تتمثل في نشرة أخبار يتم بثها على شبكة الإنترنت مباشرة (News 24 and Independent Online)، على التوالي.

ولتوسيع نطاق القنوات التي يتم من خلالها نشر المعلومات، يمكن لشبكة الإنترنت أن تشكل عنصراً للمساهمة في وجود مجتمع أوسع انفتاحاً ويضم تطوّرات في مجال الإعلام على صعيد جنوب أفريقيا ما بعد نظام الفصل العنصري وهو ما ينطوي على إمكانية تدعيم الديمقراطية(*). وقد بدأ الإعلام بالفعل يلعب دوراً في العمليات السياسية ومن ذلك مثلاً الحكومة الإلكترونية والنشاط الإلكتروني (Wasserman and De Beer 2004)، برغم أن عملية التواصل عبر شبكة الإنترنت مازالت محدودة للغاية وتنتشر بصورة غير متكافئة عبر قطاعات السكان. ونظراً للافتقار إلى سبل الإتاحة في هذا المجال، وبرغم المساعي الحكومية لإنشاء ما يوصف بأنه مراكز البث عن بعد أو "مراكز الاتصالات" (Telecentres) فإن تأثيرها من المرجح أن يظل هامشياً بقدر ما يتعلق الأمر بأوسع قطاعات السكان.

مع زيادة تغير الأوضاع تستمر حالات الاحتكاك

في ضوء المناقشة المذكورة أعلاه يظل من الإنصاف القول بأن قطاع الإعلام في جنوب أفريقيا في السنوات العشر الأولى من الديمقراطية

(*) في ضوء الصعوبات التي تشكلها ظاهرة التنوع اللغوي في جنوب أفريقيا، وبخاصة بالنسبة إلى المذيع العام باعتبار أن هذه الجهات مكلفة بخدمة مجتمع جنوب أفريقيا بأسره، فإن شبكة الإنترنت أثبتت أنها موقع مناسب لإيجاد محاور للنشر بالنسبة إلى الأفريكان المستوطنين، لأن هناك لغة وجدت نفسها فجأة بعد عام 1994 في موضع لغة الأقلية على صعيد وسائل الإعلام العام (Wasserman 2002) .

طرأت عليه تغيرات بعيدة المدى بقدر ما يتعلق الأمر بملكية القطاع والأطر التشريعية والمعيارية التي تنظمه. ومع ذلك فإن علاقة الميديا الإعلامية مع الحكومة مازالت العلاقة مع الحكومة ضمن المستويات القلقة. وربما يمكن رؤية هذه الظاهرة نتيجة التفهّمات المختلفة لما أصبح حقاً جديداً ومكتسباً بالنسبة إلى حرية التعبير ومغزاها (De Beer 2002; Fourie 2002; Shepperson and Tomaselli 2002).

يقع جزء من هذا الاحتكاك بين حكومة ما بعد الفصل العنصري والإعلام نتيجة لما يمكن وصفه بأنه "صداع الفصل العنصري المتبقي" وهو يتعلق بالقضايا الهيكلية (ومنها مثلا قضايا المِلكية والتنظيم) فضلاً عن غياب متأصل للثقة بين الطرفين. وهذه الثقة المفقودة اتسمت بطابع مزدوج: الحكومة لم تثق في ميديا الإعلام بالنسبة إلى نزاهة تقديمها لموادها الإعلامية المتصلة بالحكومة ذاتها، لأن ميديا الإعلام(*) تضم بصورة غالبة موظفين من نفس الذكور البِيض على نحو ما كان عليه الحال خلال مرحلة الفصل العنصري، بينما كان الكثير من الأفراد العاملين في صناعة الإعلام يتوخون الحذر إزاء التهديدات الممكن أن توجه إلى حرية الإعلام من جانب الحكومة الجديدة. وهذا الوضع التشاؤمي ينبغي أيضاً التعامل معه على خلفية الاتجاهات التي سارت فيها الأنظمة الحكومية بالمنطقة (Duncan 2003: 5) ولكنها جاءت متصلة بأوضاع "الارتباطات العنصرية والسيئة من جانب الحكومة الجديدة مع النزعة السلطوية (Jacobs 2004: 132).

(*) على نحو ما يوضح دوكان (Duncan) (2003: 5) من المستحيل إيراد أي مجموعة من الاستجابات على أنها تمثل وسائل الإعلام بحد ذاتها. والإشارات الواردة هنا إلى وسائل الإعلام لا بد من اعتبارها تقييماً عريضاً للخطاب السائد الناجم عن هذا القطاع وليس بوصفها بياناً حاسماً في هذا المضمار.

بدأ هذا الاحتكاك بين الإعلام والحكومة الجديدة. وعشية انتخابات نيسان/ أبريل 1994 عندما رسم مانديلا صورة متشائمة لإعلام جنوب أفريقيا قائلاً: "باستثناء "سويتان" فإن كبار محرري جميع الصحف اليومية في جنوب أفريقيا مصنوعون من نفس القالب العنصري حيث أنهم من البيض الذكور وهم ينتمون إلى خلفية الطبقة الوسطى ويجنحون إلى تقاسم تجربة حياتية متماثلة للغاية (Mandela 1994). "ثم لاحظ وجود ميديا "البعد الواحد" باعتبار أن اللاعبين الرئيسين في ميدان الإعلام تنقصهم معرفة "التجربة الحياتية" للأغلبية من أهل البلاد.

هذا الانتقاد لخلل التوازن في الملامح السكانية العرقية بقطاع الإعلام وصل إلى منتهاه عندما أطلقت لجنة حقوق الإنسان تحقيقاً واسع النطاق بشأن ما يوصف بأنه النزعة العرقية في إعلام جنوب أفريقيا خلال الفترة 1999–2000. على أن هذا التحقيق لم يفض إلى تحسين مستويات العلاقة الودية بين الميديا والحكومة بل شابه كثير من الأخطاء المنهجية مما أدى إلى إثارة غضب المحررين عندما تم إجبارهم على الإدلاء بالشهادة في ظل التركيز على مظاهر سطحية من النزعة العنصرية في وسائل الإعلام، بدلًا من تدارس عميق لعلاقات القوة الأوسع نطاقاً بين النزعة العنصرية والسوق والدولة (انظر *Rhodes Journalism Review* 1997; Krabill 2001).

من النتائج الإيجابية التي نجمت عن هذا التحقيق ما كان يتمثل في أن منتدى المحررين تصّدر عملية إعادة التقييم لطابع ودور أداء الوسائل الإعلامية بجنوب أفريقيا في عام 2001. وكانت تلك محاولة لتخطي الانقسامات العنصرية وجهداً واضحاً وحصيفاً من جانب الميديا لتخطي هذه النزعة العنصرية (De Beer 2004). وشمل ذلك تنظيم حلقة عمل

خاصة بشأن أخلاقيات الإعلام إضافة إلى عملية مراجعة قومية تتصل بالمهارات الإعلامية (انظر De Beer and Steyn 2002) وتم تخصيص عدد بعينه من جريدة جنوب أفريقيا للبحوث الصحفية **ما الأخبار** لنشر الاستجابات من جانب المحررين إزاء جلسات الاستماع التي عقدتها لجنة حقوق الإنسان ([2] Ecquid Nove 2000: 21) .

ثم جاءت تحقيقات لجنة حقوق الإنسان في إطار تحقيقات لجنة الحقيقة والمصالحة لعام 1996 التي شملت دور الإعلام في ظل نظام الفصل العنصري ضمن ولايتها الشاملة وتم التحقيق في انتهاكات حقوق الإنسان خلال النظام العنصري المذكور(*)، وكانت جلسات الاستماع تهدف أساساً إلى تناول دعايات الدولة ووجود الجواسيس في قاعات الأخبار من منطلق الافتراض بأن الصحافة الناطقة بالإنجليزية أسهمت في تقويض الفصل العنصري، بينما كانت الصحافة الأفريكانية (التابعة للمستوطنين) تؤيد النظام العنصري. وهذه الاختصاصات تم توزيعها مع ذلك بناء على إصرار من جانب منظمات الصحفيين السود كي تركز أيضاً على معاملة الصحفيين السود في الميديا الناطقة بالإنجليزية والميديا البديلة. وفي نهاية المطاف أولت لجنة الحقيقة والمصالحة اهتمامها الملموس إلى قضايا حرية الصحافة والمؤسسات الإعلامية المهنية وإن كانت قد أهملت جوانب من قبيل مسائل وضع البرامج وقضايا الاقتصاد السياسي (Krabill 2001: 591-596). على أن تحقيق اللجنة المذكورة في دورها لم

(*) على نحو ما أوضح كرابيل (Krabill) (586 :2001) فإن إعلام جنوب أفريقيا لعب أدواراً أخر فيما يتعلق بلجنة الحقيقة والمصالحة خارج إطار التحقيق الرسمي: باعتباره مراقباً وناقداً للعملية ذاتها وقناة استطاعت أن تستخدمها اللجنة في التواصل مع المجتمع بشكل عام.

يلق حماساً كبيراً بين معظم العاملين في مجال الإعلام العام لدرجة أن داراً إعلامية واحدة هي *Naspers* رفضت الإدلاء بالشهادة (باستثناء عدد من محرريها الأفراد الذين تحدّوا سياسة الشركة الإعلامية المذكورة) .

وفيما كانت الميديا محلاً للفحص والتحقيق في ظل رئاسة مانديلا إلا أنها كثيراً ما تصادمت تماماً مع ثابو مبيكي (Thabo Mbeki) خليفة مانديلا. وعلى غرار ما ذهبت إليه ملاحظات مانديلا فيما يتصل بالصورة المؤسسية التي رسمها لإعلام جنوب أفريقيا جاءت تعبيرات مبيكي - حتى قبل أن يخلف مانديلا - عن القلق الذي يساوره إزاء قطاع رئيسي من الآراء السياسية، الذي لم يلق تمثيلاً في وسائل الإعلام (De Beer 2003: 104). والحاصل أن علاقات مبيكي مع ميديا الإعلام كانت سيئة بشكل عام (Chotia and Jacobs 2002: 157). وفي ضوء تأكيد ماري (Maré) (2003: 37) فقد "كان التعصب وعدم تحمّل المعارضة هو الذي يتسم به أسلوب مبيكي مع ممارسة ضغط على الإعلام بصورة أكثر اتساقاً مما كان عليه الحال في ظل غضبات مانديلا التي كانت تنفجر بين حين وآخر" وما كان من الميديا سواء كانت محلية أو دولية إلا ردت من جانبها بنوع من الخصومة إزاء مبيكي (Satgar 2002: 168)، الذي كان باستمرار في مرمى نيران الميديا بشأن قضايا منها "دبلوماسيته الصامتة" في حالة زمبابوي، وسياسته إزاء وباء فيروس نقص المناعة البشرية/ الإيدز فضلاً عما يتردد عن افتقاره إلى كفاءة تقديم الخدمات المضطلع بها وما كان يُصور على أنه سفرياته غير المنقطعة في أنحاء العالم وعلى حساب القضايا المحلية التي تركت من دون أن تلقى رعاية أو اهتماماً (Fourie 2002: 32).

ولقد بذلت محاولات لرأب الصدع بين مبيكي والإعلام من خلال اجتماع شهير عقد بين مجلس الوزراء ومنتدى الصحفيين في عام 2001

(The Sun City Indaba) وكجزء من محاولاته لتيسير التواصل الأفضل بين الحكومة والإعلام اقترحت فكرة هيئة صحفية رئاسية خلال الاجتماع المذكور. وبعد سنتين، وعقب كثير من الحوار بشأن إجراءات الاختيار التي كانت محل جدل تم إنشاء الهيئة المذكورة (Wasserman and Van Zyl 2003). ومع ذلك فقد ظلت العلاقات يشوبها التوتر في غالب الأحيان بين مبيكي ووسائل الإعلام. وفي أكثر من مناسبة أطلق لسانه ضد الميديا وخاصة في رسالته الأسبوعية التي كانت تُبث على الموقع الشبكي لحزب المؤتمر ومنها مثلاً: (Mbeki 2003) يتهم الإعلام بأمور من بينها الإبقاء على القوالب النمطية الكولونيالية والعنصرية في النظر إلى الأفارقة، وهذه الانتقادات يمكن رؤيتها على أنها تعبير عن الخلاف في الرأي فيما يتعلق بدور الميديا في المجتمع، كما أن هذا الخلاف ظل يتمحور إلى حد كبير بشأن الحوار حول مفهوم الصالح العام مقابل مفهوم الصالح القومي.

الولاءات المتغيرة: المصلحة العامة مقابل المصلحة القومية

اجتماع "مدينة الشمس" بين الحكومة ومنتدى الصحفيين في جنوب أفريقيا تم تنظيمه عقب عدد من البيانات التي أصدرتها الحكومة، معربة فيها عن انشغالها بشأن التقاعس الواضح من جانب الميديا إزاء تبني مفهوم المصلحة الوطنية. وفي هذا الحوار تجدر الملاحظة إلى أن هذه المصطلحات كان يمكن طرحها من جانب اللاعبين ذوي الصلة، في محاولة لستر ما يصدرون عنه من مصالح خاصة وباسم الصالح العام. ومن جانب الحكومة كان يمكن استخدام مفهوم "المصلحة الوطنية" لستر ممارستها السلطة بينما كان يمكن لوسائل الإعلام أن تطرح مفهوم "الصالح العام" للدفاع عن القرارات المستندة في واقع الأمر إلى نزعتها لزيادة حجم

الجمهور، أو زيادة حجم التوزيع. وفي الوقت نفسه فقد دار الحوار على مستوى آخر من مستويات الخطاب العام وهو، المقولات المعيارية المتصلة بدور الميديا في مجتمع ما بعد الفصل العنصري. وسوف نحاول أن نرسم هنا خريطة النقاط الرئيسية لهذه الخطابات المتبادلة ومن منطلق الإدراك بأن الأمر يحتوي على قدر من التداخل بين المقولات الوصفية والمقولات المعيارية.

لقد أوضحت الحكومة موقفها، وعبر عنه جويل نتشدنشي (Joel Netshitenzhe) كبير مسؤولي الحكومة في نظام الاتصالات والمعلومات، وقام بتعريف المصلحة الوطنية بأنها "مجموع الأمور التي تضمن بقاء وازدهار الدولة القومية والأمة ولهذا فهي يتم تعريفها بواسطة حكومة منتخبة ديمقراطية (Netshitenzhe 2002). ومن المعلقين، مثل كسوليلا مانغسو (Xolela Mangcu) مدير مؤسسة ستيف بيكو (Steve Biko Foundation) من نظر إلى هذا المفهوم بصورة إيجابية. وطبقاً لرأيه (الوارد في Duncan 2003: 6) يمكن التوصل إلى توافق بين الآراء فيما يتعلق بمعنى المصلحة الوطنية مادام مؤسَّساً على القيم الدستورية.

لكن الوسائل الإعلامية لم تقبل مفهوم "المصلحة الوطنية" كوصف كاف لدورها في جنوب أفريقيا - ما بعد الفصل العنصري. وبدلاً من ذلك فقد أكدت دورها في أن تكون في خدمة "المصلحة العامة". وفي الطرح الذي قدمه بشأن قانون إصلاح البث الإذاعي لعام 2003، أورد معهد الإعلام في الجنوب الأفريقي المصطلحين على النحو التالي:

في رأينا أن استخدام مصطلح "المصلحة الوطنية" بالنسبة إلى جمع ونشر الأخبار يمثل تقييداً مبالغاً فيه، ويمكن أن يؤدي إلى مفهوم سياسي ضيق؛ فالصحفيون يعملون من أجل الصالح العام، وهو أوسع نطاقاً

بكثير، في حين أن الساسة في حزب حاكم يمكن أن يقرروا طرح ستار من السرية على قضية من القضايا من أجل "الصالح الوطني" حيث يتم تعريف معنى الصالح الوطني بواسطة السياسيين في حين أن الصحفيين يعملون من أجل الصالح العام. وهذه قاعدة أكثر سلامة وأوسع نطاقاً وهي قد تتجاوز المصلحة الوطنية. كما أن الفصل الثاني من دستور جنوب أفريقيا يحمي "المصلحة العامة".

ورد في (Duncan 2003:6)

وكما تم إيضاحه، فإن هذا الموقف، برغم التعامل معه في الظاهر على أنه قضية معيارية، يمكن أيضاً أن يتوضح على ضوء المصالح الخاصة لميديا الإعلام بالنسبة إلى مسؤولية البّت بشأن النهج المتبع في نشر الأخبار. وعليه فإن دفاع "المصلحة العامة" يمكن أن يستنير بفعل تعريف المعنى "العام" الذي يناسب توجهات الميديا نحو الأسواق الجذابة مالياً. ومن الناحية الأخرى فإن إصرار الحكومة على الاحتجاج بـ"المصلحة الوطنية" كمبدأ للميديا يمكن أن ينبع من محاولة للحد من الانتقادات وممارسة السلطة على هذه الميديا، ومن ثم يمكن إرجاعه إلى الانتقادات التي ساقتها الميديا بغير حدود بشأن قضايا من قبيل سياسة فيروس نقص المناعة البشرية/ الإيدز أو سياسة الحكومة تجاه زمبابوي. وفضلاً عن ذلك يمكن الربط بين "المصلحة الوطنية وبين خطاب قومي يتعلق بالهوية على نحو ما قد يتضح في البيانات الصادرة عن (الرئيس) مبيكي منتقداً فيها الميديا الإعلامية، بل واصفاً العاملين بها على أنهم "صيادو الفاسدين" (Fishers of Corrupt :men)

لا يجب علينا، وليس من دأبنا أن نتوقف عن الهجوم من أجل هزيمة حملات الإهانة التي تهدف من جديد إلى الترويج لصورة نمطية

ظلت على مدار قرون تسعى إلى تصوير الأفارقة كشعب فاسد ومجبول على الكذب ومن دأبه اقتراف اللصوصية وجلب النفع الذاتي باستخدام وسائل غير أخلاقية؛ بمعنى أنهم بشر ينبغي أن ينظر إليهم باحتقار في عيون "المتحضرين".

(Mbeki 2003)

ورغم أن هذه المقولات يمكن أن تكون مندفعة بفعل حاجة الميديا والحكومة إلى أن تحمي كل منهما مصالحها الخاصة، إلا أنها يمكن أيضاً أن تخدم على مستوى مغاير بوصفها خطاباً معيارياً يتصل بجوهر الديمقراطية ودور الميديا ومهمة نشر الأخبار. وهذه المقولات المعيارية يمكن بعد ذلك ربطها بالخطابات الأوسع نطاقاً فيما يتعلق بدولة ما بعد الفصل العنصري فضلًا عن التفسيرات المتباينة لطبيعة الديمقراطية الوليدة.

ولم يقتصر الأمر على ساحة الإعلام التي شهدت هذ البحث عن "مصلحة وطنية" جاءت بها المقولات الخاصة بالسياسة، فضلاً عن القرارات التي صدرت في جنوب أفريقيا ما بعد الفصل العنصري على نحو ما يبينه فال (Vale 2003: 33). وحتى بخصوص القضايا المتصلة بمنطقة الجنوب الأفريقي، فإن الدور الذي لعبته الدولة الديمقراطية الجديدة فيما يتجاوز حدودها كان ينطلق من واقع التأكيد على هوية وطنية جديدة ضمن هذا النطاق.

"المصلحة الوطنية" ينبغي كذلك النظر إليها على ضوء تراث من الحوارات التي تناولت النزعة الوطنية في سياق الخطاب المعادي للفصل العنصري؛ ذلك لأن مفهوم "دولة" على نحو ما استخدم بواسطة حركات تحرير جنوب أفريقيا كان مرتبطاً بتاريخ الفكر الضد - كولونيالي

والنضالات التي احتدمت من أجل تقرير المصير، ولكنه جاء في سياق لجنوب أفريقيا(*) مع التكيف إزاء أحوالها. ومن ثم فإن انتقادات ما بعد الفصل العنصري لهيمنة مفهوم "المصلحة الوطنية" ينبغي من ثم أن تأخذ في اعتبارها المحاولات التي سبق بذلها من أجل تعريف "الأمة" على أسس ليبرالية (انظر مثلاً: Jordan 1988; Van Diepen 1988: 4). ومن الناحية الأخرى فإن التعريف الضيق للنزعة الوطنية الأفريكانية جاء ليؤكد الأسس العقائدية التي قامت عليها سياسة الفصل العنصري، وهذا الشكل من أشكال النزعة الوطنية على صعيد المجتمع الأبيض جاء مقابلاً لفكرة "النزعة الليبرالية" كما تُعرف في الإنجليزية (Jacobs 2004: 106) .

لدى مناقشة مفهوم "المصلحة الوطنية" في سياق الإعلام لا بدّ أيضاً من مراعاة عدم المساواة بين استخدام المصطلح وبين استخدامه في سياقات دولية أخرى مثل الولايات المتحدة، حيث يستخدم أكثر في المصطلحات المتصلة بتدابير السيطرة على تدفق المعلومات لصالح أمن الدولة (Acharya 2003). وفي ضوء هذا التاريخ ربما يكون مفهوماً أن المحاولات التي بذلت لتبنّي الوحدة الوطنية من خلال إعادة صياغة مفاهيم الدولة والأمة يمكن أن تلقى بعض المقاومة من جانب قطاعات ديمقراطية وليبرالية.

مع إقرار الديمقراطية في جنوب أفريقيا في عام 1994 سادت

(*) كان الفصل العنصري ينظر إليه على سبيل المثال على أنه "استعمار من نوع خاص" حيث كان المستعمِر والمستعمَر يشغلان نفس الأرض. على أن انطباق المصطلحات الكولونيالية من أجل تعريف الفصل العنصري يشكل موضوعاً قابلاً للجدل وإن كانت هذه المناقشة خارج نطاق هذا الفصل. وتجدر ملاحظة أن النزعة القومية في السياق الذي استخدمه حزب المؤتمر الأفريقي كانت تتسم بمفهوم غير عنصري (Jordan 1988: 115).

النزعة الليبرالية باعتبارها الطرح السياسي السائد، مع التأكيد على حقوق وحريات الأفراد. ومع ذلك فقد ساد أيضاً تفسير معارض استندت إليه النزعة الوطنية بين السود (Johnson and Jacobs 2004). ومن وجهة النظر الليبرالية فإن حقوق الفرد تتسم بأهمية أكثر من الولاء لصالح "الدولة" (Gouws 2003: 42). ومن هذا المنظور فإن محاولات طلب التأييد من جانب ميديا الإعلام لبناء الدولة يمكن أن تلقى مقاومة. ولأن حرية الصحافة تمثل أحد المؤشرات الأساسية (إضافة إلى الانتخابات المتعددة الأحزاب ومبدأ فصل السلطات والنمو الاقتصادي) في حالة الأخذ بالديمقراطية الليبرالية (Gouws 2003: 42) فإن المطالبات من جانب حكومة ما بعد الفصل العنصري بضرورة أن تساعد ميديا الإعلام في بناء الدولة كثيراً ما كان يفسرها منتقدو هذه المقترحات ضمن الإطار الإنمائي (انظر McQuail 1983) ومن ثم ينظر إليها كمحاولات لتقييد حرية الصحافة (De Beer 2002). وهذه الاستجابة لا بدّ أن تؤخذ بدورها على أساس أبعاد التغيير في مفهوم المواطنة ضمن نزعة الحداثة المعاصرة؛ فالولاء إزاء الدولة القومية ما برح يتضاءل أكثر وأكثر لصالح مفهوم للهوية، الذي يستند إلى حرية الاختيار وإلى الوشائج المجتمعية الفضفاضة. وفي الوقت نفسه فإن الدولة القومية المستقلة ذاتياً ما برحت هي نفسها تخضع لضغوط متزايدة من جانب شبكات رأس المال العالمية (Robins 2003: 243, 245).

إن مفهومي "المصلحة الوطنية" و"المصلحة العامة" يمكن أن يكونا قاصرين في وصف التحديات التي تواجه وسائل إعلام جنوب أفريقيا بعد عشرة أعوام من الديمقراطية. ويرى هاربر (Harber 2002) أن هاتين المدرستين من مدارس التفكير تضعان من يؤمنون بهما ضمن زوايا سياسية

ضيقة، بحيث تؤديان إلى إنتاج صحافة ضحلة ويمكن التنبؤ مسبقاً بمحتواها. أما حبيب (Habib 2004) فيوضح أن النظر إلى دور الإعلام بأنه داعية للمصلحة الوطنية ينطلق من واقع افتراض خاطئ بأن المصلحة الوطنية تتألف من مجموعة من المصالح الفردية وأن الأغلبية يمكنها عن حق أن تؤسس ما يوصف بأنه مصلحة وطنية.

إن مفهوم "المصلحة الوطنية" يفترض تجانساً في جمهور منقسم في واقع الأمر على أسس عرقية وإثنية وطبقية. ومن النقاد مثل مثاثا تيسيدو (Mathatha Tesdu) الرئيس الأسبق لمنتدى الصحف في جنوب أفريقيا (Former Chairperson of SANEF)، وهو أيضاً عضو في برلمان المؤتمر الأفريقي الوطني (وكان منذ عام 2004 وزيراً للفنون والثقافة). إضافة إلى ذلك كان بالّو جوردان (Pallo Jordan)، مَن سلط الأضواء على هذه المشكلة الكامنة في إعلام "المصلحة العامة" في جنوب أفريقيا، حيث لاحظ تيسيدو أن بوسع المرء أن يتبين "جمهورين" في جنوب أفريقيا: جمهور معبر له صوت وقادر على نشر وترويج مصالحه الخاصة بواسطة وسائل الإعلام، ثم جمهور بغير صوت تتعرض مصالحه للتهميش (Duncan 2003: 6). ويرى جوردان (Jordan 2004) أنه بحكم ما للإعلام العام من تحيزاته العرقية والإنسانية والطبقية والإقليمية فلا بدّ من بذل المزيد من المساعي التي تتيح سبل وصول الإعلام لأفراد هذا "الجمهور الثاني".

يشير حبيب (Habib 2004) أيضاً، إلى أن دور الإعلام فيما يتعلق بالتعبير عن تعددية الأصوات في مجتمع جنوب أفريقيا الذي لن يقتصر فقط على أن تصبح ملكية الوسائل الإعلامية متعددة، بل يتحقق الدور عندما تؤكد وسائل الإعلام العام استقلالها عن "المصالح التجارية الضيقة"، لدرجة أن مصلحة المهمشين حالياً تجد طريقها بدورها إلى

أضواء الإعلام. ويتردد هذا الرأي أيضاً لدى فريـال هفاجي (Ferial Haffajee) وهي رئيسة تحرير صحيفة أسبوعية نافذة تُدعى *Mail and Guardian* كانت من الصحف البديلة خلال فترة الفصل العنصري. وقد اقتبست نتائج دراسة لمؤسسة كونراد أديناور (Konrad Adenauer) التي أوضحت أن أكبر الأخطار التي تهدد حرية التعبير تأتي من الداخل أي من الضغوط التي يمارسها المعلنون، وكذلك من جراء قلة العاملين ونشر افتتاحيات تدعي أنها من الأعمال الصحفية. ومن هنا تشير هفاجي إلى أن "الحوار المعذب" (Tortured Debate) بشأن المصلحة الوطنية في مقابل المصلحة العامة لا بدّ أن يخلي طريقه لصالح حوار لا بدّ وأن يدور بشأن إمكانية خدمة المصلحة ولكن بغير اللجوء إلى صدامات بين المعارضة والحكومة (Haffajee 2004). وبالنسبة إليها يتمثل التحدي في "صحافة لها أهميتها" من خلال تحويل دفة الصحافة إلى خدمة الفقراء والمهمشين.

وربما تتمثل القضية المحورية في ما إذا كانت الميديا تختار بين خدمة "المصلحة الوطنية" أو "المصلحة العامة" ولكن كيف يُفهم معنى "وطني" ومعنى "عام" ومَن الذي يشكل العام ولمصلحة مَن تدعي صحافة الإعلام العام أنها تعمل. وهذا سؤال يحتاج إلى مناقشة نقدية.

المراحل التاريخية في نشر الأخبار

من أساليب التعامل مع السؤال المطروح أعلاه ما يتمثل في إلقاء نظرة تاريخية على دور الميديا الإعلامية في المجتمع(*).

إن المجتمعات تشهد صراعات ولاسيما الصراع العنصري. ومن

(*) هذا الفصل يستند إلى نسخة منشورة سابقة عند دو بير (2002) .

ثم فالصحافة التي تنتج عنه غالباً ما تواجه مشاكل مماثلة. ويعمل ويلسن وغوتريز (Wilson and Gutiérrez 1995: 150) على تحديد خمس مراحل عاشتها الصحافة في الولايات المتحدة: الاستبعاد والتهديد والمواجهة والاختيار النمطي والتغطية المتعددة الأعراق. وكما تبين الفروع التالية من هذا المبحث، فإن الصحافة الحالية في جنوب أفريقيا تبدو وكأنها تعكس جميع المراحل الخمس، ولكن تداعت هذه المراحل لتشكل مرحلة واحدة ولتصبح هي المعيار الخفي أو الظاهر في سياسة الصحافة في جنوب أفريقيا.

مرحلة الاستبعاد

تاريخ الأخبار في فترة الفصل العنصري يمثل إلى حد كبير تاريخاً من النبذ العرقي. وحتى بعض الصحف الليبرالية النزعة كانت تعامل السود على أنهم جزء من "مسألة السكان الأصليين" خلال النصف الأول من القرن العشرين، بينما عملت صحافة الأفريكان المستوطنين البيض على الترويج لفكرة "التنمية المنفصلة" (Separate Development). ويشعر الناطقون باسم الأغلبية السوداء أن جنوب أفريقيا الجديدة لا يشهد أخباراً متاحة لصالح مجتمع السود ولا بشأن المجتمع الأسود المذكور. ومن الناحية الأخرى فهناك الكثير من البيض (وبخاصة الناطقون بلغة الأفريكان) في جنوب أفريقيا ممن يعيشون حالة من الاستبعاد من جانب الهياكل المجتمعية الجديدة، قد فسروا خسارتهم للسلطة والمزايا على أنها نكوص إلى حالة الحصادين المشاركين في الأرض التي شهدت مولدهم (*Die Burger* 7 January, 1997).

مرحلة التهديد

فيما طرحت كثير من المقولات بالنسبة إلى تنفيذ سياسة الفصل العنصري، إلا أن ما كان يقال عن "التهديد" الذي يشكله شعب السود" كان يستند إلى حد كبير إلى الخوف الذي يراود الأقلية البيضاء، في أن تحدق بها أغلبية من الأفريقيين السود عند الحافة الجنوبية من القارة الأفريقية. وقد أصبح هذا الخوف متجلياً بالذات في التغطية الواسعة النطاق التي تمّت في التسعينات من القرن العشرين وفي بدايات القرن الواحد والعشرين من خلال التقارير التي نشرت عن الجرائم، التي جاءت طافحة بحالات الصراع. ومن الناحية الأخرى فإن الاستقطاب العِرقي الصريح لم يحظ إلى حد كبير بالتغطية الإعلامية التي أفضت إلى انتخابات عام 2004 وظل أمر التغطية الإعلامية المحدودة متواصلاً فأدى إلى تدعيم فكرة أن السود هم سبب موجة الجريمة التي اجتاحت البلاد، بينما كانت تغذي المخاوف وتعزز حالة الصراع العنصري. وعلى العكس فإن نظرة عامة إلى مانشرته ميديا الإعلام في الفترة 2003-2004 أوضحت أن الأمر كان ينطوي على نشر المزيد والمزيد من القصص الإخبارية باعتبارها أخباراً بحد ذاتها ودون أي مبالغة فقد سادت نغمة عنصرية مبالغة تتسم بها قرارات نشر هذه الأخبار8(*).

مرحلة المواجهة

بينما كان السود في جنوب أفريقيا مستبعدين في حقبة الفصل العنصري خارج النظام السياسي، ففي مرحلة ما بعد الفصل العنصري

(*) ملاحظات غير منشورة أبداها مونديلي مخانيا وفريـال هفاجي خلال مؤتمر معقود بمناسبة يوم الصحافة العالمي. وقد نظمه قسم الصحافة بجامعة ستلنبوش في جنوب أفريقيا بتاريخ 3 آذار/ مارس 2004.

لجنوب أفريقيا لم تكن خيبة الأمل إزاء نتيجة العمليات السياسية مقصورة فقط على البيض، الذين كان يتعين عليهم أن يتفهموا ما آلت إليه الأمور بالنسبة إلى وضعهم الجديد بوصفهم أقلية، ولكن الأمر حدث كذلك بين صفوف العاطلين من فقراء السود الذين شعروا أن الوعود الانتخابية لم يتم الوفاء بها. وجاءت نتائج لجنة "تيرنر" في الولايات المتحدة بالنسبة إلى الاضطرابات المدنية المتصلة بصحافة "ظلت منغمسة لوقت طويل في عالم أبيض وكانت تحاول أن تطل خارج حدوده ولكن بعيون الرجل الأبيض وبرؤية الرجل الأبيض" (انظر Wilson and Gutiérrez 1995: 154) وهذا ما تم مراعاته إلى أقصى حد في جنوب أفريقيا. وفيما ظل مانديلا يطرحه في عام 1994 فإن هيكل ميديا الإعلام ظل يفيد بأنه متمسك بصورة عامة بمنظور للبيض بشأن البلاد. ولكن مع التغيرات التي طرأت على شكل المِلكية وفي هيئات التحرير في ساحة الإعلام بذلت محاولات لتغيير هذا المنظور برغم أن مدى نجاح هذا الأمر لا يزال مثاراً للأخذ والرد.

مرحلة الاختيارات النمطية

بعد مواجهات عنصرية دامت لعقود من الزمن سادت في جنوب أفريقيا في عام 1994 ثورة سلمية جاءت نتيجة للتفاوض بين الأطراف؛ فالنظام الاجتماعي انظر (Wilson and Gutiérrez 1995: 156-158) كان لا بدّ من استعادته، كما اقتضى الأمر تحوّلاً إلى فترة ما بعد الصراع. وفيما ظل العديد من النقاد يقولون بأن الإعلام لم يكن يتعامل حتى ذلك الحين مع الموضوعات الجديدة التي تؤثر على الأغلبية السوداء، إلا أن الإعلام الذي اعتاد على التوجه إلى قراء أو جمهور من البيض كثيراً ما كان يتناول تصورات البيض عن الجريمة أو عن ضياع فرص العمل. ومع

ذلك فالطريقة التي كانت وسائل الإعلام تتناول بها انتخابات عام 2004 كشفت عن تحرك كان بعيداً عن هذه المرحلة بمعنى الابتعاد عن طرح الصور النمطية العِرقية إذ كان الإعلام يتجه نحو تأكيد جديد على عنصر النوع بين الرجل والمرأة.

مرحلة التغطية المتعددة الأعراق

"التغطية الإخبارية المتعددة الأعراق تمثل النقيض لما سبقت من حالة الاستبعاد والإقصاء" انظر (Wilson and Gutiérrez 1995: 158-161) وإذا ما أصبحت هدفاً وسياسة للإعلام في جنوب أفريقيا فكان الأمر يقتضي إزالة آخر مظاهر للتحيزات والنزعة العنصرية من صفوف حراس البوابات الجدد، وهم القائمون على تقديم الأخبار، وحيث إن التمييز بين "نحن" و"هم" سيصبح من ثم أبعد عن محور الأصل العرقي برغم أن الأمر كان يقتضي أحياناً الإبقاء على التصنيفات العرقية للفصل العنصري عندما تدعو الضرورة للتعامل مع مواريث الماضي. كما أن القضايا التي تحيط بعناصر الهيمنة والمقاومة و"الأصل العرقي" ظلت بحاجة إلى أن تشكل جزءاً من التحقيقات في جوانب مجتمع ما بعد العنصرية باعتبار أنها ظلت بدورها الحقائق الرئيسية التي كانت سائدة خلال مرحلة العنصرية في جنوب أفريقيا ولم يكن من السهل التخلص من التركة التي تخلفت عنها (Distiller and Steyn, 2004; Wasserman and Jacobs 2003: 17). وفي نهاية المطاف فإن النموذج المثالي لتغطية إخبارية متعددة الأعراق كانت تتمثل في نشر الأخبار من منظور يفيد بأن "نحن" إنما نمثل جميع المواطنين (انظر: Wilson and Gutiérrez 1995: 158-161).

ومن أجل الوصول إلى هذا الوضع كان النظر إلى الإجراءات التعويضية عن حرمان الماضي وإلى سياسات تمكين السود باعتبارها

المنطلق الرئيسي نحو تحقيق هذا الهدف. ومع ذلك تظل الحقيقة باقية لتشهد أن صحافة جنوب أفريقيا لا تزال منقمسة للغاية. وعلى سبيل المثال فهناك صحف للأفريكان (المستوطنين) ومنها مثلاً صحيفة **بيلد** (*Beeld*) و**دايبيرغر** (*Die Burger*)، وهي تركز على الأخبار التي تهم قاعدتها من القراء، بينما هناك صحف ناطقة بالإنجليزية للسود ومنها **سوتان** (*Sowetan*) و**نيونيشن** (*New Nation*)، تغطي بصورة تكاد تكون تامة الأخبار المرتبطة بمجتمع السود. وفيما خضعت المؤسسات الإذاعية الكبيرة ومنها مثلاً مؤسسة SABC إلى التغييرات لكي تعكس الوضع الديموغرافي الحقيقي في البلاد (حيث الأغلبية السوداء)، إلا أن كثيراً من البيض يعمدون إلى إغلاق أجهزة الراديو والتلفزيون التي يمتلكونها أو يقومون (إذا ما كان ذلك في إمكانهم) بالتحوّل صوب القنوات الثقافية الخاصة ومنها مثلاً قناة KykNET المدفوعة الاشتراكات وهي تستخدم لغة المستوطنين الأفريكان.

الخلاصة

تتمتع وسائل الإعلام في جنوب أفريقيا حالياً بحرّيات رسمية لم تكن متاحة قبل عملية التحوّل الديمقراطي. وهذه الحريات منصوص عليها في الدستور. ومن المستبعد أن تخضع إلى أي مشاكل على المستوى الرسمي، ولكن على الأرجح، وفي مواجهة تزايد المنافسة التجارية، يحدث إنحسار في قاعدة المهارات الصحفية. كما أن هيكل القطاع الإعلامي يفيد بأن ثمة ضغوطاً داخلية في تلك الصناعة سوف تحوّل بينها وبين إدراك دورها الاجتماعي على النحو الكافي أو تحويل مسارها بصورة مبتكرة لخدمة الرأي العام بشكل أساسي. وهذه التحوّلات تظل أمراً ضرورياً ومهماً إذا ما كان لوسائل الإعلام أن تشق طريقاً لنفسها بين المفهومين

الضيقين بمعنى ما بين مصلحة وطنية تقودها الدولة وما بين مصلحة عامة يتم تعريفها على أساس الربحية وحدها، ومن هنا فالسنوات العشرة هذه ستظل عقداً قصير المدى لإنجاز هذه المهمة الشاقة.

المراجع

Acharya, A. (2003) *The War in Iraq. Morality or National Interest?* Singapore: Institute of Defence and Strategic Studies, Nanyang Technological University. Online.

Available HTTP: <http:/ /www.ntu.edu/ sg/idss/ Perspective/ research_050311.htm> (accessed 2 February 2004) .

Addison, G. (2003) "The road to populism", *The Media,* June: 19-24.

Chotia, F. and Jacobs, S. (2002) "Remaking the presidency", in S. Jacobs and R. Calland (eds) *Thabo Mbeki's World,* Scottsville: University of Natal Press, 145-61.

De Beer, A. S. (ed.) (2000) "Focus on media and racism", special edition, *Ecquid- Novi* 21 (2) : 280.

--(2002) "The South African press. No strangers to conflict", in E. Gilboa (ed.) *Media and Conflict. Framing Issues, Making Policy, Shaping Opinions,* Ardsley, NY: Transnational Publishers, 263-80.

--(2003) "A long walk to freedom, and a steep road to nation-building. The role of the media in post-apartheid South Africa", in K. Ross and D. Derman (eds) *Mapping the Margins. Identity Politics and Media,* Cresskill, NJ: Hampton Press, 97-111.

--(2004) "South Africa", in B.-E. Lange and D. Ward (eds) *The Media and Elections. A Handbook and Comparative Study,* Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, 77-99.

De Beer, A. S. and Steyn, E. (2002) "Sanefs 2002 national journalism skills audit", *Ecquid Novi* 23(1) : 11-86. Online. Available HTTP: <http: I /www.inasp.info/ajol/journals/ en/ vol23no1abs.html#l> (accessed 4 September 2002) .

Distiller, N. and Steyn, M. (eds) (2004) *Performances of Race,* Cape Town: Heinemann.

Duncan,J. (2003) *Another Journalism is Possible. Critical Challenges for the Media in South Africa* (Centre for Civil Society Research Report no. 10), Durban: Centre for Civil Society.

Fourie, P. J. (2002) "Rethinking the role of the media in South Africa", *Communicare,* 21(1, July): 17-40.

Froneman, J. D. (1994) "Redes vir die gebruik aan 'n

ingeligte, lewendige debat oor media-etiek' [Reasons for the lack of an n intelligent, lively debate about media ethics], *Ecquid Novi,* 15(1) : 123-8.

Giffard, C. A., De Beer, A. S. and Steyn, E. (1997) "New media for the New South Africa", in F. Eribo and W. Jong-Ebot (eds) *Press Freedom and Communication in Africa,* Trenton, NJ: Africa World Press, 75-99.

Gouws, A. (2003) "The importance of political tolerance for fostering social cohesion, in D. Chidester, P. Dexter and W. James (eds) *What Holds us Together. Social Cohesion in South Africa,* Cape Town: Human Science Research Council Publishers, 42-66.

Habib, A. (2004) Public Lecture at the South African National Editors' Forum Media Seminar Series 'A Review of the Media in the First Decade of Democracy", Cape Town, 2 July 2004.

Hachten, W. A. and Giffard, C. A. (1984) *Total Onslaught. The South African Press Under Attack,* Johannesburg: Macmillan.

Haffajee, F. (2004) Public Lecture at the South African National Editors' Forum Media Seminar Series 'A Review of the Media in the First Decade of Democracy",Cape Town, 2 July 2004.

Harber, A. (2002) "Journalism in the age of the market", Harold Wolpe Memorial Lecture, Centre for Civil Society, University of Natal, Durban, September. Online. Available HTTP: <http:/ /www.nu.ac.za/ccs/default.asp?3,28,10,452> (accessed 13 March 2003) .

Jackson, G. (1993) *Breaking Story. The South African Story,* Oxford: Westview Press.

Jacobs, S. (2004) *Public Sphere, Power and Democratic Politics. Media and Policy Debates in Post-apartheid South Africa,* Ph.D. Dissertation, University of London, Birkbeck College.

Johnson, K. and Jacobs, S. (2004) "Democratization and the rhetoric of rights. Contradictions and debate in post-apartheid South Africa", in F. Nyamnjoh and H. Englund (eds) *Rights and Politics of Recognition in Africa,* London: Zed Books.

Jordan, P. (1988) "The South African liberation movement and the making of a new nation", in M. Van Diepen (ed.) *The National Question in South Africa,* London: Zed Books, 110-24.

--(2004) "Uncovering two nations", *The Media Online.* Online. Available HTTP: <http:/ /www.themedia.co.za> (accessed 3 March 2004) .

Krabill, R. (2001) "Symbiosis. Mass media and the Truth and Reconciliation Commission of South Africa", *Media, Culture and Society,* 23(5) : 585-603.

McQuail, D. (1983) *Mass Communication Theory. An Introduction,* London: Sage.

Mandela, N. (1994) Address to the International Press Institute, Cape Town, 14 February. Online. Available HTTP: <http:/ /www.anc.org.za/ancdocs/history /mandela/1994/ sp940214.htmi> (accessed 17 March 2004) .

Maré, G. (2003) "The state of the state. Contestation and re-assertion in a neo-liberal Terrain", in J. Daniel, A. Habib and R. Southall (eds) *State of the Nation. South Africa*

2003-2004, Cape Town: Human Science Research Council Publishers, 25-52.

Mbeki, T. (2003) "Our country needs facts, not groundless allegations"[Letter from the President], *ANC Today,* 3(21) , 30 May. Online. Available HTTP: <http:// www.anc.org.za/ ancdocs/ anctoday /2003 I text/ at2l. txt> (accessed 16 June 2003) .

Media Institute of Southern Africa (2004) *So This is Democracy? State of the Media in Southern Africa,* Windhoek: Misa.

Netshitenzhe, J. (2002) "Should the media serve the public or national interest?". Presentation to the Goedgedacht Forum for Social Reflection, Cape Town, 19 October. Online. Available HTTP: <http:/ /www.gcis.gov.za/ media/ ceo/ 021019.htm> (accessed 19 February 2004) .

Oosthuizen, L. M. (2002) *Media Ethics in the South African Context,* Lansdowne, Cape Town: Juta.

Retief, J. (2002) *Media Ethics. An Introduction to Responsible Journalism,* Cape Town: Oxford University Press.

Rhodes Journalism Review (1997) "Special edition. The media and the TRC', 14 (May), Grahamstown, South Mrica: Department of Journalism and Media Studies, Rhodes University.

Robins, S. (2003) "Grounding "globalisation from below". "Global citizens" in local spaces", in D. Chidester, P. Dexter and W. James (eds) *What Holds us Together. Social Cohesion in South Africa,* Cape Town: Human Science Research Council Publishers, 23-41.

Satgar, V. (2002) "Thabo Mbeki and the South Mrican Communist Party", in S. Jacobs and R. Calland (eds) *Thabo Mbeki's World,* Scottsville, Natal: University of Natal Press, 163-77.

Shepperson, A. and Tomaselli, K (2002) "Ethics. A radical justice approach", *Ecquid Novi,* 23(2) : 278-89.

Switzer, L. (ed.) (1997) *South Africa's Alternative Press. Voices of Protest and Resistance, 1880s-1960s,* Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Switzer, L. and Adhikari, M. (eds) (2000) *South Africa's Resistance Press. Alternative Voices in the Last Generation Under Apartheid,* Athens, OH: Ohio University Press.

Tomaselli, K (2000) "South African media, 1994-7. Globalizing via political economy", in J. Curran and M. Park (eds) *De-Westernizing Media Studies,* London: Routledge, 279-92.

Tomaselli, K. and Dunn, H. (eds) (2001) *Media, Democracy, and Renewal in Southern Africa,* Colorado Springs, CO: International Academic Publishers.

Tomaselli, K. and Louw, P. E. (eds) (1991) *The Alternative Press in South Africa,* Bellville: Anthropos.

Tomaselli, K, Tomaselli, R. and Muller, J. (eds) (1989) *Currents of Power. State Broadcasting in South Africa,* Bellville: Anthropos.

Vale, P. (2003) "Sovereignty, identity, and the prospects

for southern Africa's people", in D. Chidester, P. Dexter and W. James (eds) *What Holds us Together. Social Cohesion in South Africa,* Cape Town: Human Science Research Council Publishers, 23-41.

Van Diepen, M. (1988) "Introduction", in M. Van Diepen (ed.) *The National Question in South Africa,* London: Zed Books, 4-11.

Wasserman, H. (2002) "Between the local and the global. South Arican languages and the Internet", *African and Asian Studies,* 1 (4) : 303-21.

Wasserman, H. and Boloka, M. (2004) 'Privacy, the press and the public interest in post-apartheid South Africa", *Parliamentary Affairs,* 57 (1) : 185-95.

Wasserman, H. and De Beer, A. S. (2004) "E-governance and e-publicanism. Preliminary perspectives on the role of the Internet in South African democratic Processes", *Communicatio,* 20 (1) : 64-89.

Wasserman, H. and Jacobs, S. (eds) (2003) *Shifting Selves. Postapartheid Essays on Mass Media, Culture and Identity,* Cape Town: Kwela.

Wasserman, H. and Van Zyl, L. (2003) "Independent or

embedded? An exploration of views of the Presidential Press Corps", *Communicare,* 22(1) : 117-30.

Wilson, C. C. and Gutierrez, F. (1995) *Race, Multiculturalism, and the Press. From Mass to Class Communication,* Thousand Oaks: Sage.

الفصل الخامس

هل نثق بالصحافة؟
(المصداقية والصحافة المشتتة في أميركا اللاتينية)

سلفيو ويسبورد

بعد عودة الحكم الديمقراطي في عقدي الثمانينات والتسعينات من القرن الماضي أفادت استطلاعات الرأي بأن الصحافة في أميركا اللاتينية ارتقت إلى مستويات غير اعتيادية من الثقة، سواء من ناحية المعايير التاريخية أو بالمقارنة مع المؤسسات الأخرى(*). ولكن منذ ذلك الحين بدت هذه المصداقية وكأنها تتبخر. وفيما تراوحت الثقة بين نسبة 80 و90٪ في منتصف التسعينات إلا أن الاستطلاعات الأخيرة جعلت المتوسط الإقليمي يتأرجح حول 50٪.

هذا التغير أدى إلى دراسة للأسباب التي أفضت إلى هذه التقلبات (Zeta de Pozo 2001). فالصحفيون وأساتذة الإعلام يفسّرون هذه

(*) انظر نتائج استطلاع الآراء الإقليمي السنوي الذي تم إجراؤه بواسطة لاتينوباروميترو (Latinobarometro) (www.Latinobarometro.org).

المتغيرات في ثقة الجماهير بشكل عام على أنها محصلة لأداء الصحافة. أما المستويات العليا من الثقة خلال أوائل ومنتصف التسعينات فكانت تفسر أساساً على ضوء أثر الصحافة التي تضطلع بدور المراقب في المنطقة. وفي ظل مناخ غير معتاد من حرية التعبير في فترة ما بعد النظم السلطوية، عمدت المنظمات الإخبارية المتنوعة إلى إنتاج عدد من التحقيقات التي كشفت أخطاء الحكومات إلى جانب الكشف عن حالات أخر من الفساد (Hernandez 2003; Waisbord 2000). وفي المنطقة التي ظلت لفترة طويلة خاضعة للحكم السلطوي في ظل العلاقات الحميمة بين الحكومات وبين وسائل الإعلام الكبرى، كانت عمليات الكشف الصحفية نادرة. ودارت ثمة معارك قاسية داخل الإدارات الحكومية، فضلاً عن سياسات النشر بخصوص التوجهات الشجاعة للصحفيين، حيث كل ذلك أدى إلى سلسلة من الإدانات التي أسهمت في حالات استقالة كبار المسؤولين من ذوي النفوذ، بما في ذلك رئيسا البرازيل والإكوادور. ومع ذلك فدور الصحافة التي تراقب ما يحدث ومع ما أدى إليه من صعود مصداقية الإعلام لم يكن مباشراً على نحو ما قال به البعض؛ فليس من الواضح أن التحقيقات التي أجريت على يد حفنة من المنظمات الإخبارية قد أفادت سمعة الصحافة ككل. وبغير استثناء فلم تفد المهنة الصحفية بشكل حاسم وكامل، ولكن الذي استفاد هو قلة من المنظمات الإخبارية التي عكفت على نشر تقارير حادة النبرة في كل بلد. ونحن نفتقر إلى القرائن التي تجعلنا نخلص بصورة قاطعة إلى أن هذا النوع من النشر الكاشف ساعد الصحافة، أو ساعد بعض المنابر الإخبارية المعينة، على أن تكون جديرة بالثقة في أعين الجماهير. كذلك فالتغيرات التي طرأت على ثقة الجمهور في الصحافة لا تتلاءم بالضبط مع تطوّر دور الصحافة كمراقِب للأمور. وحتى عندما بدأت الصحافة تخسر مصداقيتها في بعض الأقطار،

كان ذلك قرب آواخر عقد التسعينات حين ظلت المنظمات الإخبارية تنشر تحقيقات صحفية. وفيما أسهم دور المراقب بصورة إيجابية في تعزيز ثقة الجماهير في الصحافة خلال السنوات الأولى من الحكم الديمقراطي يظل السؤال مطروحاً: لماذا لم يستمر الحال لكي يفضي إلى نتائج مماثلة في هذا الخصوص؟

ثمة منطق مماثل يُستخدم لتفسير انحسار مستويات المصداقية في السنوات الأخيرة؛ فإذا ما كان الأداء "الجيد" سبباً لارتفاع المصداقية، يبدو من ناحية أخرى أن الأداء "السيئ" يفسر هذا الانحسار بالثقة. والاتجاهات الحالية في الصحافة المعاصرة، ومنها مثلاً الأخبار المتدنية المستوى والنزعة التجارية الجامحة، وغلبة أخبار النجوم والمشاهير، والمبالغة في عرض النزعة الحزبية السافرة ونشر الانحرافات الأخلاقية، كلها يوجه إليها اللوم عن انحسار هذه الثقة (Castro Caycedo 1999; Gargurevich 2000; Torrico 1999). مع ذلك فهذه التفسيرات لا تصلح لكي تنشئ علاقة سببية حاسمة بين نوعية الأداء الصحفي وعامل الثقة، وقصاراها أن تفترض أن هذه الاتجاهات تؤثر سلباً على ثقة الجمهور، ولكنها تتجنب الاعتراف بأن هذه الخصائص كانت سائدة وتتسم بها صحافة المنطقة لوقت ليس بالقصير. وهنا يظل السؤال مطروحاً: لماذا أصبحت تؤثر على تصورات الجماهير بهذه السلبية فقط في السنوات الأخيرة؟

ربما يمكن القول بأن الأداء الصحفي يؤثر على المصداقية. ولكن العلاقة هنا تبدو أكثر تعقيداً مما توحي به الأسباب المتعارف عليها؛ فالتفسيرات التي تقف فقط عند جانب الأداء الصحفي باعتباره المتغير المستقل الذي يؤثر على المصداقية، تجنح بالأحرى إلى جانب الافتراض بدلاً من جانب التدليل والإثبات فيما يتعلق بأثر أشكال بعينها من التغطية

الإخبارية على حالة ثقة المتلّقين. وينطلق الافتراض من نموذج محدد بشأن ما يشكل "الصحافة الإيجابية" في الحياة الديمقراطية. ومن المعتقد أن هذه التقلبات في الثقة تعكس ما إذا كانت التغطية الإخبارية الفعلية ترقى إلى نموذج صحافة تضع الحكومة موضع المساءلة وتبذل قصاراها لتحري الحقيقة. ومن هنا فإذا ما ارتفع معدل الثقة تبدو الصحافة وكأنها تنهض على نحو فعال برسالتها الديمقراطية. وعلى النقيض، فإذا ما تراجعت الثقة يقال بأن الصحافة قصرت عن خدمة الأهداف الديمقراطية. على أن هذا المنحى في التفكير تكتنفه المشاكل، لأنه يقصر عن فهم الثقة بوصفها ناتجاً من نتائج ميثاق يقوم بين الصحافة وجماهيرها؛ ذلك أن ثمة تبادلاً اجتماعياً خاصاً هو الذي يحدد الثقة في الصحافة أو في أي مؤسسة أخرى (Cook 2001). والثقة تتوقف على التوقعات الاجتماعية بشأن الأداء (Luhmann 1980)؛ وهي لا تحدد فقط على أساس معايير الأداء التي يرسمها الصحفيون من جانب واحد ولا يقول بها محللو الرسالة الإعلامية. إن الثقة في الصحافة تعتمد على توقعات محددة وعلى ما إذا كانت هذه التوقعات قد جرى تلبيتها. وبالتالي فإذا ما كان للصحافة (أو لمنظمة إخبارية بعينها) أن تحوز الثقة فليس يتعين عليها بالضرورة أن تؤدي دورها طبقاً لمواصفات "الصحافة الجيدة" ولكنها تحتاج أصلاً إلى أن تستجيب لتوقعات المواطنين التي يمكن، أو لا يمكن، أن تماثل أياً من المتطلبات المطروحة في النماذج الصحفية.

مع ذلك فالتوقعات ذاتها تتغير بين صفوف الجماهير المتلقية ما بين نموذج يمكن أن يعد ذا مصداقية ويتسم بالجودة لدى فرد ما، لكنه في عين فرد آخر يمكن أن يعد مفتقراً إلى المصداقية وسيء الأداء. أما وشائج الثقة التي تربط بين الجماهير والصحافة، وكذلك بين الجماهير ومنظمات

صحفية بعينها أو صحفيين بعينهم، فهي تتعرض لهذه الظاهرة بشكل عام. وما بين الصحف الخاصة إلى صحف التابلويد الشعبية تتوقع جميع منافذ الأخبار أن تكسب ثقة الجماهير. ومع ذلك فالثقة تتميز بالتشتت والانقسام لأن الجماهير والصحافة ذاتها ليست قطاعات متجانسة وهناك أمور تتصل بالتميز الثقافي (كما يفهمه بيار بورديو (Pierre Bourdieu)) وهي لا تقتصر دورها على التأثير على ذوق الجماهير وتفضيلاتها ولكنها تؤثر أيضاً على توقعاتها بشأن منح الثقة لهذه الوسيلة أو تلك.

من ناحية أخرى فإن عدم التجانس في مجال الصحافة يحدد الأساليب المختلفة التي تعمل بها المنظمات الصحفية على كسب الثقة وتستهدف بها أن تلبي توقعات الجماهير. وفي أميركا اللاتينية تتسم المؤسسات الصحفية بالتنوع الشديد، وتضمها منظمات بالغة الاختلاف. ومن ثم فإلى جانب ما تنتجه وتنشره من معلومات بشأن الأمور الراهنة فهي لا تشترك إلا في النذر اليسير من العوامل. واختلاف المصالح والمعايير هو الذي يصبغ بطابعه نشر الأخبار وأساليب التحرير وعلاقات الثقة مع الجماهير. ومن ثم فعند مناقشة الأسلوب الذي ينبغي أن تتبعه الصحافة لبناء ثقة الجماهير والحفاظ عليها نظل بحاجة لتعريف ما الذي تتناوله الصحافة ذاتها، فهل هي الصحف المعتادة التي تنشر عن السياسة بشكل عام، أو هي الصحف التي تجأر عناوينها بالصراخ، أو صحف الإثارة التابلويد التي تغمس ما تنتجه في سيل الدماء؟ هل هو أيضاً مذيع البرامج الحوارية الذي يعمد إلى استغلال الضعف البشري؟ أو هو مذيع نشرات الأخبار في التلفزيون الذي يقرأ البرقيات الإخبارية، أو هو النجم الإعلامي الذي يطرح بخشونة الآراء الحزبية المختلفة، أو هو مستخدم وسائل الاتصال الاجتماعي الذي يستغل الأخبار والتقارير الخام التي لم تخضع لأي مراجعة؟ أو هو المنظمة

غير الحكومية التي تروّج سياسات بعينها على موقعها الشبكي؟ بطبيعة الحال فإن هذه الأشكال المختلفة من العمل الإعلامي ليست مقصورة على المنطقة. والمهم أن نفهم أنه، بالإضافة إلى الوجود الطويل لأشكال متنوعة من الصيغ والأساليب الإعلامية إلا أن التطوّرات التي استجدت مؤخراً أدت إلى تعميق تشتت الإعلام وتدعيم الاستراتيجيات المختلفة لبناء الثقة. وفيها تتجاوز ما يوصف بأنه (هدف الإعلام) (Bromley 1997) فنحن نشهد حالياً تحوّلات رئيسية في الممارسات الإعلامية التي تثير تساؤلات بشأن مفهوم الإعلام باعتباره مؤسسة موحدة.

إن هذا الفصل يتدارس الأسباب التي أدت إلى تنوع الممارسات الإعلامية والطرق التي تستهدف بها المنظمات الإخبارية كسب ثقة الجماهير في أميركا اللاتينية. ويشير هذا الفصل إلى أن تحليل الثقة في الصحافة لا يزال بحاجة إلى تجنب الافتراضات بوجود نموذج مهني للإعلام وعلى أساسه تحتاج الصحافة الجديرة بالثقة إلى أن تكون منصفة وموضوعية وملتزمة بأخلاقيات مطروحة مسبقاً. إن سلبية هذا الموقف لا تتمثل في أنه يروّج لنموذج إعلامي محدد، ولكنها تتمثل في عجزه عن فهم حقيقة أن الثقة عملية اتصالية تربط بين الإعلاميين والجماهير. والمسألة ليست قضية الممارسات المرغوبة من جانب الإعلاميين أياً كانت هذه الممارسات، ولكنها تتمثل بالأحرى في نتيجة عقد يقوم بين منتجي الأخبار ومستهلكيها، وبمعنى أن الثقة تتسم بمزيد ومزيد من التعقيد، وهو يتجاوز ما إذا كان الإعلاميون يتبعون أي نسق بعينه من المعايير "المهنية". وهي ليست قضية ما إذا كان الإعلام يلبي بالفعل التوقعات الاجتماعية، بمعنى التوقعات التي لا تناسب بشكل كامل نموذجاً تقليدياً للإعلام الذي يسند إلى الصحافة أساساً دور تقديم معلومات وقائعية يحتاجها المواطنون لكي يعيشوا في ظل نظام ديمقراطي.

الإعلام المشتت

عقود قليلة مضت من الزمن وكان الأمر يبدو بشكل مباشر واضحاً بشأن ماهية الصحافة وهوية العاملين في سِلكها: الجرائد والصحف الأسبوعية والخدمات الإخبارية ونشرات الأخبار المذاعة بالتلفزيون والراديو. وقد تطوّرت المارسات الصحفية في سياق من الاستقرار النسبي حيث كانت بشكل عام ترتبط بإتاحة الموارد التكنولوجية من أجل إنتاج وتوزيع الأخبار. واليوم طرأت حالة من التشتت على الصحف بعد انتشار الأخبار التي تنتجها المنظمات باتباع معايير متعددة توخياً لمصالح. فالمجال غير المحدود لطباعة وإذاعة الأخبار التي تربط بين المعلومة والترفيه، وثراء كمّ المعلومات التي يتم بثها على الشبكة الإلكترونية العالمية، هي أمور تشهد بما طرأ من تشتت على الحرفة الإعلامية. كما أن إنتاج وتوزيع الأخبار لم يعد احتكاراً لما كان يفهم عُرفاً بأنه الصحافة، بل إن الأمر بدأ يشهد تنوعاً في القواعد الصحفية. وطبقاً لها تتم معالجة الأحداث والوقائع اليومية لتصبح أخباراً يتم بثّها.

هذا الإعلام المشتت لم يُفض إلى نوع من اتساق فرص إنتاج الأخبار أو إضفاء الطابع الديمقراطي على إتاحتها على نحو ما كان يتصوره المتحمسون للجوانب التكنولوجية؛ فالقدرات المتنامية التي باتت تتسم بها حفنة من الشركات التي تحظى بنصيب الأسد في أسواق الإعلام وحالات إقبال الجماهير، أدت إلى تعميق اللامساواة في أقطار أميركا اللاتينية (Belinche 2001; Cajias de la Vega and Lopez 1999; Fox and Waisbord 2002; Rockwell and Janus 2003; Sunkel 2001). ومع ذلك فإن هذا التشتت الإعلامي وتركيز الميديا لم يتسم بمجافته للناموس الأخلاقي، فالآثار المترتبة على حالات الاندماج التجاري

بالنسبة إلى الممارسات الصحفية ولأساليب الأداء الإعلامي، أصبحت أكثر تنوعاً مما يعترف به عادة العاملون في مجال الاقتصاد السياسي. كما أن المصالح التجارية للميديا المتعددة تؤثر على مضمون الأخبار وتؤدي إلى تقليل عنصر التنوع وإن كانت لا تعمل بالضرورة على تحويل الأخبار إلى مجرد ناتج متماثل وموحد، فأثر تركيز الملكية على المضمون لا يمكن ببساطة التنبؤ به (Waisbord 2002). وحتى في نطاق نفس الشركة الإعلامية لا يزال يتم استخدام ممارسات ومعايير متباينة لإنتاج الأخبار ولأسباب تتراوح ما بين استراتيجيات توزّع الجماهير وصراعات المالكين لهذه الشركات.

ليس واضحاً كذلك أن الموجة الحديثة من التركيز الإعلامي جاءت لتؤثر على محتوى الأخبار بطريقة تختلف عن الطرق التي كانت قائمة في الماضي عندما كانت الشركات العملاقة تشكل ما يشبه الاحتكارات الإعلامية (ومن ذلك مثلاً حالة غلوبو في البرازيل وتيليفزا في المكسيك باعتبارهما من أوضح النماذج في هذا الصدد) أو أن الحكومات السلطوية كانت تُحكم قبضتها على المحتوى الإعلامي مستخدمة في ذلك أساليب القمع البدني والرقابة الرسمية، فضلاً عن الترويع بشكل غير مباشر. والواقع أن كثيراً من الأسواق الإعلامية أصبحت بمثابة احتكارات ثنائية منقوصة حيث تسيطر اثنتان من قوى الاحتكارات العملاقة على كبرى الجرائد والمجلات ومحطات التلفزيون والإذاعة، كما تتوسع ضمن العمل التجاري في مجال الاتصالات. ومع ذلك فلا تشكل هذه العملية سوى بُعد واحد من أبعاد التطوّرات التي استجدت مؤخراً في المنطقة. واليوم ثمة قدر بالغ الضخامة والتشتت من الأخبار التي تصل إلى الجمهور على الصعيدين المحلي والوطني لم يعد يمر من خلال فلترات التصفية في

قاعات تجهيز الأخبار. وفي عالم الإعلام المتعدد المستويات لا تزال هناك بعض منظمات الأخبار تتصدر الصورة فيما يتعلق بقدرتها على تحديد أجندة الأخبار والوصول إلى جماهير واسعة وتتمتع بالنفوذ. ومع ذلك فهذا النمط من الإعلام ليس متجانساً ولا ينطوي على مبادئ مشتركة لإعداد الأخبار ويتم اتباعها بصورة متسقة. وهذا هو السبب في ضرورة التعامل بحذر مع تيار الانسياق في التعميم بشأن "الصحافة والإعلام" في ضوء ساحة إخبارية تزداد تنوعاً بمرور الزمن.

السؤال هو: ما الذي يدفع إلى هذا التشتت في الإعلام؟ **أولاً**: هناك هيكل لتعدد نقطة الدخول وانخفاض تكاليف الإتاحة مما يؤدي إلى تشتت الأخبار عن طريق شبكة الإنترنت. والملاحظة التي تفيد بأن أي شخص يمكنه الوصول إلى الإنترنت بوسعه أن يصبح صحفياً، إنما تؤدي إلى تضخيم هذه النقطة. ومع ذلك فتعددية مواقع إنتاج المعلومات، على نحو ما تقوم به تشكيلة من المنظمات والأفراد ممن يتجاهلون القواعد الإعلامية المرعية، تؤدي إلى طرح شروط جديدة تساهم بدورها في تشتيت الإعلام، بل وتؤدي على نحو ما اندفع البعض إلى استخلاصه، إلى التجزؤ الكامل للميديا الإخبارية، ومن ثم إلى غروب شمس الشركات الإعلامية الكبرى. وهذه الأخيرة مازالت تتمتع بمزايا هائلة فيما يتعلق بالنفوذ السياسي والقدرات الاقتصادية. أن انتشار الأخبار عبر الحيز الفضائي لا يزال يومئ إلى ما طرأ من ظروف جديدة باعتبار أنه يتجاوز المنظمات الإخبارية الراسخة ويتيح مصادر للمعلومات يتم استخدامها باطراد والرجوع إليها على صعيد القاعات المعروفة لتجهيز الأخبار.

ثانياً: جاءت التغيرات في المحتوى الإعلامي فنتج عنها انتشار الأخبار. كما أن أهداف الربح، وخاصة في ظل انخفاض نفقات الإعلان

وسط الأزمات الاقتصادية المتواترة، أفضى بدوره إلى دفع مديري الإعلام نحو تفضيل الميزانيات المنخفضة لكي تملأ الجداول الأسبوعية لمحطات الراديو والتلفزيون. حيث أن أرخص طريقة لشغل العدد المتزايد من الشبكات البرنامجية هو نشرات الأخبار والبرامج الحوارية وغير ذلك من العروض التي تعمل على تحويل العناوين الإخبارية إلى مواد خفيفة وإلى تعليقات؟ ولقد امتلأت موجات الراديو وخاصة خلال البرامج الصباحية الرائجة بمواد يتصدرها مقدمو المواد الموسيقية. كما أن المذيعين يديرون أحاديث متناثرة بشأن الأخبار ويقومون حرفياً بخلط الحقائق مع الآراء فضلاً عن الخلط بين المصادر الرسمية والمصادر المجهولة ثم المزج بين المعلومات والترفيه. ومن ناحيته يقدم التلفزيون عدداً كبيراً من العروض الحوارية التي تعمد بصورة عشوائية إلى الخلط بين الأخبار والترفيه وبين الأخبار "الخشنة" و"الناعمة". وبرغم أن هذه البرامج قلما تذيع أخباراً طبقاً للأعراف المرعية في الحرفة الإخبارية إلا أن شعبيتها الهائلة تجعلها جزءاً من التدفق اليومي للمعلومات الخبرية. وشأن الصحافة التقليدية فهي تتعلق بجانب "الحقيقة الواقعية" وليس بجانب البعد الخيالي، وبعضها يستخدم موارد صحفية نمطية ومهنية لتقديم الأخبار: مذيعو البرامج الحوارية يناقشون "خبر اليوم" مع الضيوف والجماهير كما يقدمون مواد للسخرية السياسية حيث يعرضون من يقوم بأدوار المذيعين في قراءة عناوين الأخبار الرئيسية، فضلاً عن الدعوة المنتظمة لصانعي الأخبار التقليديين (ومنهم مثلاً المسؤولون الحكوميون والخبراء والنجوم المشاهير) لطرح آرائهم بشأن تشكيلة متنوعة من المواضيع.

السياسة وغياب الأعراف الصحفية

حالة تشتت الإعلام تحدث ضمن سياق اجتماعي سياسي يؤدي بالفعل إلى تشتت الممارسات الإعلامية. وهذا التشتت في الممارسة والمعايير يختلف اختلافاً واسعاً عبر المنطقة. فبعض المؤسسات الإخبارية تتوقع من الصحفيين أن يبيعوا الإعلان من أجل تكميل المرتبات المنخفضة التي يتقاضونها، بل ومن أجل أن يجلبوا المزيد من الإعلانات التجارية. وبعضها يدين هذه الممارسات ويعاقب الصحفيين الذين يتاجرون في هذا الشأن، وبعضها الآخر يشجع الصحفيين على الانتقاد بشكل معين لفعاليات محددة استناداً إلى حسابات صحفية، فيما يتجنب بعضها تماماً نشر أي أخبار حاسمة. وهناك من يستبعد بدقة الآراء السياسية من عملية الأداء الإعلامي. ولكن هناك أيضاً من يعمد باستمرار إلى خلط الحقائق بالآراء. وهناك كذلك من يُشتبه في أنهم يبيعون العناوين الرئيسية ويمارسون الابتزاز بحق الدوائر التجارية وصانعي الأخبار فيما يوجد من يمارس الصحافة الأمينة، ويوجد أيضاً من يتيح للصحفيين درجة من الاستقلال الذاتي لدى اختيار المحتوى والأطر الخبرية، بينما يوجد على الجانب الآخر من يفرض رقابة صارمة على قاعات تجهيز الأخبار. ويوجد كذلك من يمثلون صوتاً ناطقاً باسم ذوي النفوذ سواء من الساسة أو من دوائر الأعمال التجارية. ثم هناك أخيراً من يحاولون إبقاء المصالح العاتية بعيدة عن مجالات عملهم ما استطاعوا إلى ذلك سبيلاً.

ومن الناحية التاريخية ليس هناك توافق في الآراء قد ساد بين المنظمات الرئيسية المعنية بالأخبار وبين صفوف الصحفيين بشأن جمع الأخبار وأساليب نشرها (Fernandez Christlieb 2002; Ossandon and Santa Cruz 2001; Penaranda Undurruga 1999; Zeta de

(Pozo et al. 2004). وليس هناك أيضاً عُرف يتم مراعاته بحيث يفرض الممارسات بشكل عام. كذلك فإن نموذج الصحافة الحزبية أو نموذج الصحافة "الموضوعية" – وكلاهما يمثل الإطار النظري للصحافة الحديثة – لم يجدا طريقهما نحو السيطرة على الموقف السائد. وفيما دعا البعض إلى الأخذ بالنموذج الليبرالي لصحافة تعمل بشكل موضوعي على تقصّي الأحداث اليومية من خلال نشر الحقائق والتقيد بالمبادئ الأخلاقية، فقد كان هناك البعض الآخر ممن كانوا يدافعون عن صحافة الأفكار والآراء. وفيما يعتقد البعض بأن الرسالة الديمقراطية للصحافة تتمثل في التواصل الفعال مع المواطنين وإشراكهم في الحوار العام، فهناك آخرون يتصورون أن النشر عن أخطاء الحكومات هو المساهمة الرئيسية من جانب الإعلام في إطار الحوكمة الديمقراطية. وهكذا فإن الحوارات المستمرة ضمن المسار العام للإعلام بشأن ما إذا كان الإعلام مهنة أو فناً، وما إذا كان ينبغي أن يقتصر على سرد القصص "الحقيقية" أو الترويج لآراء محددة على مستوى العالم، وما إذا كان من واجبه أن يروّج بصورة دعائية للمواقف السياسية والعقائدية، كل هذا ظل يعكس حالة الافتقار إلى أرضية مشتركة فيما يتعلق بتعريف الممارسات اليومية للإعلام.

الحق أن التوصل إلى توافق إعلامي بين الآراء يظل بعيد المنال في ضوء غياب توافق أوسع نطاقاً من الناحيتين السياسية والاقتصادية. وإذا ما أخذنا تجربة الولايات المتحدة في فترة ما بعد الحرب العالمية على سبيل المثال، فقد كان بالإمكان التوصل إلى توافق بشأن المبادئ الإعلامية الأساسية ولكن فقط عندما أتيح توافق أوسع نطاقاً بشأن المبادئ السياسية (الديمقراطية الليبرالية والنزعة الفردانية والتفوق العالمي) وكذلك بشأن القضايا الاقتصادية (رأسمالية السوق الحرة). ولكن على

النقيض، في أميركا اللاتينية عكست حالة اللا استقرار السياسي المزمنة وضعية الافتقار إلى توافق إلى الآراء بين القوى الاجتماعية الرئيسية بشأن مجموعة مشتركة من المعايير. ولم يتم استبعاد المؤسسات الإخبارية من هذه الانقسامات السياسية. وفي واقع الأمر، ونظراً لأن الصحافة ظلت بصورة نمطية ترتبط بمصالح محددة، فقد أدت ممارسات الصحافة بشكل فعال إلى زيادة الانقسامات، وإلى تأجيج الأزمات السياسية التي كانت تحدث بين فترة وأخر. وعندما لا تتظاهر المنظمات الإخبارية بأنها تروّج للمواقف السياسية الانقسامية ولا تحاول أن تعلو على الصراع السياسي لا يمكن أن يتوافر مجال لكي تتبع الصحافة مجموعة من المعايير المتجانسة.

وبرغم توطيد دعائم الديمقراطية الليبرالية في المنطقة فإن مثل هذه الديناميات السابقة لم تختف من الوجود؛ فالانقسامات داخل الوسط الصحفي، التي يتم التعبير عنها بصورة حثيثة عندما تنهج السياسة مسارها المعتاد، تصبح أوسع نطاقاً في حالة وصول المواجهات السياسية إلى ذروتها، ومن ذلك على سبيل المثال لا الحصر ما حدث خلال حكومات شافيز في فنزويلا وفوجيموري (Fujimori) في بيرو وماهود في إكوادور خلال السنوات الماضية (Cordova de Alcazar 2003; Diaz Rangel 2002; Fowks 2000; Macassi Lavander 2001; Sant Roz 2003). وفي هذه الحالات تخلّت المؤسسات الصحفية عن أي تظاهر بالحيدة وأخذت تدعو إلى اتخاذ مواقف حزبية، بل وتعمل بصورة فعالة على الترويج للأزمات السياسية. ولم تكن الصحافة ببساطة هي مسرح النزاعات السياسية ولكنها كانت المحرض الرئيسي عليها. وبدلاً من السعي لبناء أرضية إعلامية مشتركة، عمدت المنظمات الصحفية بصورة سافرة إلى مواجهة بعضها البعض وتبادل الاتهامات فيما بينها.

إن الانشقاقات السياسية التي تقّسم المؤسسات الصحفية ليست متشابهة على نحو ما كان عليه الحال في الماضي. فالتحوّلات التي طرأت مؤخراً على الهياكل السياسية والاقتصادية أدت إلى تغيير الأحوال السائدة على صعيد الجماعات الاجتماعية – السياسية والأوساط الصحفية على نحو ما كان قائماً في معظم مراحل القرن الماضي. ثم جاءت السياسات النيوليبرالية في الآونة الأخيرة مقترنة بالتحوّلات التكنولوجية فغيّرت بصورة عميقة من الخارطة الاجتماعية– الاقتصادية والخارطة السياسية على السواء. وهناك المجموعات التي كانت قد درجت على تبّني منظمات صحفية بعينها، ومنها مثلًا الطبقات البرجوازية "القومية" والعاملون بالصناعة والفلاحون واتحادات عمال المناجم وكلها فقدت كثيراً من قوتها. وعلى سبيل المثال ففي بوليفيا اضطرت الصحف النقابية ومحطات الإذاعة التابعة لعمال المناجم إلى إغلاق أبوابها بعد أن انخفضت إلى حد كبير أحجام القاعدة الاجتماعية التي تستند إليها فأصبحت بذلك مستضعفة سياسياً وقليلة العضوية.

كذلك طرأت تغييرات بفعل ضعف الهويات الحزبية ونشوء أشكال جديدة من المشاركة السياسية مما أدى بدوره إلى تغيير العلاقات التي تربط بين المجتمع والصحافة. ثم جاء الإنحسار الرهيب الذي أدى إلى نكسة الحظوظ الانتخابية للأحزاب التقليدية في عقدي الثمانينات والتسعينات في بوليفيا وبيرو وفنزويلا مما كان له أثر على البيئة الصحفية، وكان أن اضطرت المنظمات الإخبارية المتعاطفة إما إلى إغلاق أبوابها أو إلى التماس قوى مالية جديدة لدعمها. وفي أقطار مثل كولومبيا أصبحت الروابط التاريخية التي تصل بين الأحزاب والمنظمات الصحفية أكثر استضعافاً نظراً لحقيقة مفادها، أنه في غمار التغيرات غير المسبوقة التي طرأت

على الاقتصادات الصحفية، اضطر زعماء الأحزاب إلى بيع المؤسسات الصحفية لصالح الشركات التجارية العملاقة.

في هذا السياق أصبحت الصحافة الحزبية التقليدية أمراً مستحيلاً. ويرجع ذلك أساساً إلى غياب أحزاب سياسية تستطيع أن تخدم بوصفها دعائم سياسية واقتصادية في الأجل الطويل. وفضلاً عن المؤسسات الصحفية التي تعمل بوصفها مكّبرات الصوت الناطقة باسم الدوائر الحزبية بسبب المصالح العرضية لمالكيها أو لأنها تمثل مشاريع سياسية ممولة من جانب مسؤولي الحكومة، فإن البرغماتية التجارية تفرض أن تتلقى المصلحة الاقتصادية لكبرى المنظمات الصحفية دعمها من خلال الاتصالات الناشئة مع تشكيلة متنوعة من الساسة والأحزاب بدلاً من ربط مقاديرها بحزب واحد. وفي أميركا اللاتينية أصبحت اليوم المؤسسات الإعلامية الكبرى تتمتع بأجل حياة أطول أمداً من الأحزاب السياسية ومن الائتلافات الانتخابية. وفي ظل هذه الظروف يمكن للمؤسسات الإخبارية أن تجني فوائد مرحلية من تأييد الساسة الأفراد وإن كان ربط مستقبلها في الأجل الطويل مع المصائر غير المؤكدة للأحزاب السياسية لم يَعُد قراراً سليماً من ناحية النشاط التجاري. كذلك أصبح السكان أقل ارتباطاً بالهويات الحزبية وأكثر اتجاهاً نحو تقديم دعم محدود للساسة الأفراد بدلاً من الأحزاب السياسية. كما أن بيع الأخبار الحزبية لا ينتج عنه أرباح تذكر من الناحية التجارية وفي زمن يشهد استضعافاً للهويات الحزبية التقليدية.

في الوقت نفسه فإن التغيرات التي طرأت على الاقتصادات الإعلامية أثّرت بدورها على مركز المؤسسات الصحفية بالنسبة إلى مصالح الساسة والسوق وخاصة في البلدان الأكثر ثراء. وكلما زاد حجم

السوق اتجهت المؤسسات الصحفية والشركات التي تحتضنها إلى اتباع نهج تجاري، ويرجع ذلك أساساً إلى وجود مصادر أكبر يمكن الإفادة منها في مجال الإعلام. وفي بعض الحالات فإن خصخصة الشركات التي كانت تملكها الدولة وما تبع ذلك من انخفاض الإعلانات الحكومية أتاح فرصاً تجارية جديدة خلال عقد التسعينات. وهذه التغييرات تجعل كبرى الشركات الصحفية أكثر حساسية إزاء مصالح كبار المعلنين بدلاً من مسؤولي الحكومة، وخاصة إذا ما فقد المسؤولون الحكوميون السيطرة على قدر كبير من الموارد الاقتصادية والسياسية التي تؤثر على الاستراتيجيات المتبعة في الشركات ذات الصلة.

بيد أن هذه التغييرات قلما تركت الإدارات الحكومية مغلولة اليدين بالنسبة إلى التعامل مع وسائل الإعلام، فمازالوا قادرين على تحريك الأمور التي يمكن أن تفيد أو تضّر أو يمكن أن تدفع الأمور إلى الأمام أو تقوض مسيرتها أصلاً بالنسبة إلى تمويل الشركات الإعلامية (Fernandez Bogado 2002). وعلى سبيل المثال فإن إنهاء حكم الحزب الواحد في المكسيك بعد الهزيمة الانتخابية للحزب الثوري في عام 2000 أدى إلى صعوبات مالية ومن ثم في إغلاق صحيفة **إكسلسيور** (*Excelsior*) وغيرها من الجرائد اليومية التي كانت في السابق ترتبط بالحزب المذكور. وفي بيرو اضطرت صحف التابلويد التي كانت تعمل بوصفها كلاب الهجوم التي تستخدما إدارة فوجيموري خلال التسعينات إلى إغلاق أبوابها بعد الانهيار المفاجئ للحكومة المذكورة عندما أعلنت على الملأ التعاملات الواسعة النطاق التي شهدت دفع أموال مقابل التغطية الإعلامية وشمل ذلك ملاك الصحف وكبار العاملين فيها (Conaghan 2002). وبالمثل فإن المؤسسات الإخبارية التي كانت تعيش باستمرار على حساب سخاء الطغمة الحاكمة اضطرت

إلى إغلاق أبوابها بعد أن أزيحت عن السلطة الجماعات التي كانت تمولها في عقد الثمانينات. لكن العلاقات الوثيقة التي كانت تربط بين الحكومات والصحافة مازالت قائمة وخاصة في المناطق المتراجعة اقتصادياً عندما يكون الطرف الأول هو أكبر المعلنين ويسيطر على الموارد الأخرى، ومنها مثلاً التشريعات الإعلامية وتصاريح الاستيراد وتقارير مراجعة حساب الضرائب وتقديم القروض من المصارف المملوكة للدولة. وقد أدى ذلك إلى أن الإدارات القائمة على المستوى الوطني وحكومات الولايات لا تزال تلعب دوراً رئيسياً في اقتصاديات الصحافة وهو ما يؤكد ديناميات تبادل المنافع بين الحكومة والصحافة.

وفي ضوء الاختلافات السياسية والاقتصادية بين المؤسسات الصحفية، أصبح من المستحيل التوصل إلى أعراف موحدة ومعايير مهنية لأن الصحفيين أنفسهم لم يبد عليهم اهتمام خاص بوضع وتوطيد مجموعة من المثل المشتركة. ويتطلب نشوء المعايير المهنية وعياً من جانب الصحفيين باتباع نهج مستمر يقضي بالتضامن بين جموعهم من أجل اكتساب شرعية اجتماعية وقدرة على التحكم في ممارسات العمل الصحفي والتثقيف في هذا المجال (Schudson 2001). وهذه الجهود ما برحت غائبة إلى حد كبير في أميركا اللاتينية. وفي واقع الأمر فقد طرح الصحفيون مراراً وتكراراً ملاحظات بشأن غياب تضامنهم الجماعي حيث ظل الصحفيون يتبادلون الاتهامات، وعلى نحو أكثر مأساوية مازالوا يساعدون النظم السلطوية على اضطهاد الصحفيين والناشرين الآخرين (Rey 2003) .

إن الصحفيين لم يتخلوا عن الحوارات القديمة التي كانت تدور بشأن ما إذا كانت الصحافة مهنة أو ممارسة اجتماعية أقرب إلى الفن أو أقرب إلى الصلابة السياسية، أو ما إذا كانت المشروعية الاجتماعية

للصحافة ينبغي أن تُستقى من اتباع المعايير "المهنية". وفي بعض البلدان فإن جهود اتحادات الصحفيين في تعزيز التصديق الإلزامي على مهنة المراسلين (بما في ذلك حيازة درجة مهنية) لم تؤد إلى التضامن الجماعي ولا أسهمت في ضبط الممارسات الحاصلة في قاعات تجهيز الأخبار. وحتى في البلاد التي شهدت تصديقاً مثل (البرازيل) فإن هذا لم يكفل تجانساً بين الممارسات في مجال تحرير الأخبار. أما الاتحادات فقد تعاملت بشكل عام مع عمليات التصديق بوصفها سبيلاً للحد من تعامل مالكي الصحف مع سوق العمل ومن ثم حماية المرتبات بدلاً من أن يكون ذلك سبيلاً لتعزيز المعايير المشتركة للعمل الصحفي أو تفعيل الوعي المهني في هذا المجال. كذلك فإن الانخراط في سلك برامج جامعية لدراسة الصحافة لم يكن بمثابة العامل الحافز على وضع مجموعة مشتركة من القواعد المهنية. وبرغم أن بعض البرامج الرفيعة المستوى كانت موجودة منذ عقد العشرينات من القرن الماضي إلا أن هذا التعليم عند المستوى الثالث لم يظهر وكأنه شرط كاف للتوافق بين الممارسات المتبعة ولتقديم مُثل عليا متماثلة. وفي واقع الأمر فمازال النقاش دائراً بشأن ما إذا كان التعليم الجامعي يؤهل الفرد بالضرورة لممارسة المهنة وما إذا كانت شخصية الصحفي العصامي يجسدها ذلك الذي تعلم الحرفة في مكاتب غرفة صناعة الأخبار.

وهناك أشكال من الإجراءات الجماعية تشير بالفعل إلى حالة تضامن وليدة بين صفوف الصحفيين. ومنذ عودة الحكم الديمقراطي في عقدي الثمانينات والتسعينات، تجمعت صفوف الصحفيين للدفاع عن الحقوق الدستورية وإدانة العنف ضد الصحافة ودعم إصدار واحترام التشريعات التي تقضي بإتاحة الحصول على المعلومات ومعارضة المبادرات الحكومية لإصدار قوانين "فرض الصمت" سواء في الأرجنتين أو البرازيل أو

المكسيك أو تشيلي (Canton and Loreti 2000). وفي كولومبيا اتفق الصحفيون من مختلف المؤسسات الصحفية على مبادئ توجيهية مشتركة وتتعلق بتغطية العنف السياسي لمنع استغلال الصحافة من جانب تجار المخدرات وفيالق القتل ومحاربي العصابات الذين كانوا مسؤولين عن وفاة آلاف من المواطنين بما في ذلك أعداد من الصحفيين في العقود السابقة. ومثل هذه الإجراءات التضامنية كانت تتوخى أهدافاً مدنية أكثر منها مهنية إذ كانت تستهدف تعزيز الاهتمام بالقضايا السياسية وحماية الحقوق التي تؤثر على عمل الصحفيين وكانت بمثابة حركات مدنية جسدت "المساءلة الاجتماعية" (Peruzzotti and Smulovitz 2002) في مجال الإجراءات الفعلية بمعنى جهود المواطنين بوضع الفعاليات القوية موضع المساءلة عن الإجراءات التي اتخذتها هذه الفعاليات بدلاً من كونها حركات مهتمة أساساً بالتأثير على ممارسات العمل الإخباري. كذلك لم تكن هذه الأمور بمثابة العامل الحفّاز على التوصل لتوافق بين الآراء بشأن الممارسات المهنية، لأن أحوال العمل ظلت مشتتة، بحيث بات الصحفيون بحاجة إلى تكييف مهاراتهم وممارساتهم حسب التوقعات المختلفة التي تدور ضمن نطاق المؤسسات الصحفية.

استراتيجيات بناء الثقة ونماذج الصحافة

في ضوء تشتت الصحافة والغياب المزمن لتوافق الآراء بشأن المعايير والممارسات الصحفية، لا يزال الصحفيون يستخدمون استراتيجيات مختلفة لبناء الثقة بين صفوف الجماهير. وتقوم استراتيجيات بناء الثقة على أساس مجموعتين من التوقعات: مهنية وعقائدية. وفيها تنطلق الأولى من فكرة أن الصحافة مسؤولة تقنياً عن تقديم الأخبار، فإن الثانية تستهدف بناء المصداقية على أساس الفكرة القائلة بأن الصحافة تدافع عن مصالح

بعينها. وفيما تقول الأولى: عليكم أن تثقوا بي فأنا الخبير، فإن الأخرى تقول عليكم أن تثقوا بي فأنا "واحد منا". وفيما تتفق الأولى مع نموذج "صحافة المعلومات" فإن الثانية تتفق مع نموذج "صحافة الأفكار".

ولسوف أحلل الآن الاختلافات بين هاتين الاستراتيجيتين في مجال بناء الثقة:

صحافة المعلومات

صحافة المعلومات تستهدف بناء الثقة على أساس الافتراض بأن الصحفيين يتمتعون بالكفاءة والاختصاص المهني بمعنى أنهم يمتلكون مجموعة فريدة من المهارات التي تجعلهم خبراء في المجال المهني وهو نشر الأخبار. وكما يقول أنطوني غيدنز (Anthony Giddens 1991) فإن المواطنين يرجعون إلى الخبراء ممن يتمتعون بالمعارف المتخصصة في المجتمعات المعقدة والمتباينة وبهذا المعنى فإن الصحفيين يُعاملون على أنهم خبراء فيما تستند عوامل المصداقية والمنطقية بالنسبة إليهم إلى اتباع القواعد والطرائق المهنية المحددة.

يتطلع نموذج صحافة المعلومات إلى النموذج العلمي من أجل تعريف نهجه المعرفي، ويدّعي بأنه يمثل شكلاً له مصداقيته من أشكال المعرفة. وهو يقوم بتعريف مهمة الصحافة على أنها تقديم الحقائق المجموعة من خلال الطرائق الموضوعية، وتقدّم هذه الحقائق على أنها قرينة لا سبيل إلى إنكارها من الأحداث والوقائع الموضوعية التي توجد بشكل مستقل عن الآراء العقائدية. وهذه الموضوعية المنهجية للخطاب العلمي تفتح سبيلاً يؤدي إلى التخفيف من الذاتية إن لم يكن القضاء عليها تماماً؛ فالوقائعية والموضوعية أمور مطلوبة بوصفها المبادئ التوجيهية

والمُثل الشرعية التي تتسم بها "صحافة المعلومات"، إذ يفترض فيها أن السياسة أمر محتوم والصحافة ليست من القوى غير المدركة لوجود السياسة ولكنها تحتاج بالأحرى إلى التماس سبيل لاستبعاد السياسة على مسافة منها، وعندما ترفض السياسة كمصدر لإلهام الأهداف والطرائق الصحفية فإن العلم يصبح هو السبيل البديل المشروع في هذا الصدد.

من هذا المنظور يتم تعريف الثقة على أنها مسألة الكفاءة المهنية؛ فالصحفي الجدير بهذه المهنة هو ذلك الذي يتبع الأعراف "المهنية" في اختيار وجمع الأخبار وتحريرها. وباعتبارهم أعضاء في جماعة الممارسين يقوم الصحفيون بتعريف وقبول هذه الأعراف بوصفها الممارسات المعيارية التي يتم تدريسها في معاهد الإعلام ثم اتباعها في صالات الأخبار.

وإذا ما كان متوقعاً للصحافة أن تحوز معارف تقنية، هنا تستند الثقة إلى فكرة أن "خبراء الأخبار" يتبعون بصورة فعالة مجموعة من المبادئ والمنهجيات من أجل طرح الحقائق. ولأن الصحافة تطرح مواضيعها بشأن حقيقة لا سبيل إلى قياسها، فقلما تتاح للجمهور فرصة المقارنة بشأن ما إذا كانت الأخبار الصحفية قد قدمت تقارير عن "الحقائق" تتسم بالشمول والأمانة. ولكن الجماهير تثق في الصحافة أن تفعل ذلك، فإذا ما عجزت الصحافة عن القيام بدورها في هذه العلاقة يصبح إصلاح الثقة أمراً صعباً بصورة واضحة. وفيما يظل من الصعب بناء الثقة يبقى من السهولة نسبياً تدميرها (O'Neill 2002). ومن هذا المنظور فإن تزييف الحقائق، أو طرح صور مبتورة للأحداث، ينتهك اتفاقات الثقة بين الصحفيين والجماهير. وهذا هو السبب في أن اختراع الحقائق في القصص الإخبارية، أو عدم تقديم رأي شامل للأحداث، تعد من الأمور التي تدمر الثقة في الصحفيين وفي الصحافة بشكل عام. ومثل هذه النتائج تنطلق من فكرة أن الجماهير

يتوقع منها أن تحكم على أداء الصحافة استناداً إلى المعايير التقنية وليس إلى التعاطف الأيديولوجي.

إن ميثاق المصداقية المذكور أعلاه يستمد إلهامه من نموذج التنوير الذي يصف الحاجة إلى وجود جموع مستنيرة من المواطنين التي تقدم على اتخاذ قرارات قائمة على أساس الحقائق وليس على أساس العقائد. ومن المساهمات الرئيسية للصحافة بالنسبة إلى الحياة الديمقراطية ما يتمثل في تقديم الحقائق الوقائعية التي تساعد الجماهير على اتخاذ القرارات المستنيرة المساهِمة في الخطاب العام المستنير. والصحافة تقوم بدور تقصي الحقائق والإفادة عنها، ومن ثم فإن الحقيقة هي إحدى "الشروط الربانية" للصحافة (Zelizer 2004). وتشمل الحقائق الإخبارية التقليدية الشهادات الشفوية التي يتم استقاؤها من شهود العيان والخبراء إضافة إلى الوثائق الخطية والصور الفوتوغرافية والشرائط السمعية والأفلام. أما هيمنة عنصر الحقيقة في الصحافة المعاصرة يتم التدليل عليه بطرق معينة. فالتحقيقات الصحفية الكاشفة تطرح الحقائق جنباً إلى جنب مع تصوير ما حدث من فساد (Waisbord 2000). ومنظمات الأخبار الحزبية تعتمد نمطياً على الحقائق من أجل الإفادة عن الأحداث التي تقع. والمطبوعات التي تنشر قصصاً مثيرة وغريبة تشعر باضطرارها إلى استخدام شبه الحقائق لدعم ادعاءاتها بأنها تستند إلى مصدر له مصداقيته (انظر إلى القرينة الفوتوغرافية بشأن الأطفال المولودين برأسين والمقتطفات المباشرة المنقولة عن سكان كوكب المريخ وخبراء الأطباق الطائرة) كذلك فإن "أخبار البث المباشر" وهي عنصر رائج من عناصر نشرات الأخبار المتلفزة تفترض فيما تفترض بأن تقديم حقائق بغير وسائط إلى الجماهير يساعد على بناء الثقة، ومن ذلك مثلاً عندما يوفد المراسلون إلى تغطية شجاعة للعواصف الثلجية

والأعاصير وغير ذلك من "اللحظات الطيبة المتلفزة" أو عندما يوكل إليهم تغطية الحروب أو الفعاليات الرياضية في موقعها.

صحافة الرأي

صحافة الرأي تستخدم استراتيجيات مختلفة لبناء الثقة لأن ميثاق الثقة مع الجماهير يقوم على أساس افتراضات مختلفة. وسواء كان الصحفيون يستخدمون معايير "مهنية" فهو أمر أقل أهمية مما لو كانوا يرددون الأصداء التي تتفق فيها الجماهير عقائدياً مع هذا المنشور. وهناك الوشائج العاطفية والعقائدية التي تكمن في قلب العلاقة بين الصحفيين والجماهير، وهنا تتوقف الثقة على ما إذا كانت المؤسسات الإخبارية والصحفيون يتسمون بالولاء السياسي تجاه الجماهير.

وأي صحافة تعمد للدفاع عن آراء بعينها إنما تجسد ميثاق المصداقية المذكور. وبرغم أن الصحافة الحزبية تشكل علامة على هذا العرف، إلا أن الأمر لا يقتصر عليها في هذا المجال، بل إنها بالنسبة إلى هذه المسألة تمثل التعبير السائد في الصحافة المعاصرة بأميركا اللاتينية. وصحافة الرأي تمارسها كذلك المؤسسات الإخبارية التي تعلن بصراحة مواقفها تجاه مجموعة من القضايا أو لا تبذل أي محاولة لإخفاء تحيزاتها لصالح الحكومات أو مع جماعات المصالح. فصحافة الرأي هي التي ألهمت وجود صحافة المراقبة باعتبار أن الصحفيين والمؤسسات الصحفية أعربوا عن الاهتمام بمحاربة الفساد انطلاقاً من قناعات شخصية وسياسية أو بهدف تدمير سمعة مسؤولين بعينهم أو مؤسسات بذاتها.

عندما يُتوقع من الصحفيين أن يعملوا بوصفهم أعضاء في "مجتمعات الأفكار" تصبح الاعتبارات المهنية النمطية (الموضوعية

والسلوك الأخلاقي والمصلحة العامة) أقل أهمية في بناء الثقة. وفي واقع الأمر فإن مفهوم "الصحافة المهنية" غير واضح لأن الصحفيين يعمدون بصورة ملتبسة إلى تعريف أنفسهم على أنهم أعضاء في "جماعة الممارسة" و"جماعة الأفكار" وهنا لا يُنظر إلى الصحافة بوصفها مؤسسة مستقلة ولها قواعدها وإجراءاتها الخاصة، ولكن كمجال للممارسة التي تجمع بين عالم السياسة وعالم التجارة فهناك العلاقات الأيدلوجية بدلاً من القواعد التقنية وهي التي يستند إليها ميثاق الثقة القائم بين الصحافة والجماهير. وهنا فالصحفيون يطلبون إلى الجماهير أن تصدّقهم لا بسبب خبرتهم التقنية ولكن لأنهم "جزء منهم". والذي يهم بعد كل شيء هو ما إذا كان الصحفيون يلبّون التوقعات العقائدية أكثر من الاعتبارات المهنية". وهنا أيضاً فإن الإفادة عن "الحقائق" فقط ومراعاة الأخلاقيات العامة أو طرح قصص متوازنة لا تعد محل قبول إجماعي باعتبارها مقاييس للصحافة الجديرة بالثقة (Herran and Restrepo 1995). فالسياسة تدفع المهنية بعيداً، أما الالتزام الأكبر بأفكار بعينها بدلاً من القواعد المهنية فهو الذي يحدد اتفاق الثقة بين الصحافة والجماهير.

استراتيجيات بناء الثقة في أميركا اللاتينية

في أميركا اللاتينية تعايشت استراتيجيات بناء الثقة لأن كلا النموذجين للصحافة هو الذي استلهمه كل من المؤسسات الصحفية والصحفيون. ويقوم بناء الثقة على أساس الكفاءة المهنية للصحفيين. وكان ذلك صعباً في ضوء عدم وضوح العلاقة بين صالات الأخبار والمصالح التجارية. وهنا فإن ديناميات الباب الدائري الواصل بين الصحافة والسياسة، فضلاً عن غياب الجهود المبذولة من جانب الصحفيين لبناء هوية مهنية مشتركة والحفاظ عليها إضافة إلى التوقعات المؤسسية تحدد كيفيّة بناء الثقة وربما

يطلب إلى الصحفيين السياسيين أن يقدموا تقاريرهم بشكل موضوعي عن الأحزاب السياسية الكبرى، ولكن يمكن أن يشجَّعوا على اتخاذ موقف أكثر تحديداً لصالح سياسات بعينها (على نحو ما تشهد به حالات أخيرة للصحف التي أيدت بشكل صريح تحقيقات انتهاكات حقوق الإنسان أو رفضت تسليم تجار المخدارت) ويمكن أن يتوقع من الصحفيين الماليين أن يقدموا معلومات بشأن البورصات المالية وأن يتجنبوا التحيز إلى دوائر تجارية بعينيها ولكن يشجع الصحفيون الرياضيون على تشجيع الفريق المحلي (أو كما يحدث في حالات كثيرة الفريق الذي يؤيده الناشر ذاته) أما الصحفيون المتابعون لعالم الترفيه فهم يحال بينهم وبين الانطلاق خوفاً من أن ينحازوا إلى مصالح تكمن خلف الأفلام أو العروض المتلفزة وإن كان يتوقع منهم أن يكونوا مواطنين صالحين ممن يهللون لإنتاج العروض المحلية. وبالنسبة إلى الصحفيين في مجال الصحة يتوقع منهم أن يكتبوا عن القضايا ذات الأهمية بالنسبة إلى جماهير بعينها فيما يتوقع من أولئك المعنيين بالسفر والرحلات أن يطلقوا التحذيرات بشأن مخاطر محتملة.

من شأن الاستقطاب السياسي والصحافة المجزأة أن يجعلا من الثقة أمراً اختيارياً وانقسامياً. كما أن مؤسسات الصحافة والصحفيين العاملين فيها ممن يشاركون في آراء متماثلة بشأن العالم مع جماهيرهم، يصبحون أكثر جدارة بالثقة من الأخرين بصرف النظر عما إذا كانت ممارساتهم تلبي المعايير المهنية. وفي واقع الأمر فإن مفهوم الصحافة المهنية أصبح محل جدال؛ فالذي يهم هو ما إذا كانت الصحافة تمثل بحق المصالح والآراء القطاعية ومن ثم فإن "الصحافة الجيدة" هي تلك المرتبطة بآراء بعينها للفرد. والثقة تقوم على أساس الوشائج المعنية وليس على أساس الخبرة التقنية. ومن هنا، وكما يعبر تعريف دييغو غامبيتا Diego Gambetta) Diego)

(1988، فإن الثقة هنا هي الاعتقاد بأن الصحفيين سوف يتصرفون دفاعاً عن مصالح الفرد في حين أن التلازم مع المواقف التحريرية في المنظمات الجديدة هو الذي يصوغ الثقة.

بناء الثقة والتوقعات الاجتماعية

غياب الممارسات المشتركة والتوقعات المؤسسية عبر المنظمات الصحفية يمثل أحد جوانب الأسلوب الذي تبني به الصحافة الثقة. وحتى في الحالة الافتراضية التي تقضي بأن الصحفيين تم تدريبهم على أساس مجموعة مشتركة من المبادئ المهنية، وأن كبريات المؤسسات الصحفية قد قامت بتفعيل ميثاق الصحافة المهنية، فإن هذه المتطلبات ستظل غير كافية لبناء ثقة الجمهور. ولأن الصحافة تهدف أصلاً إلى تقديم تقارير عن الحقائق بصورة تجمع بين النزاهة والمقدرة فإن ذلك لن يؤدي بحد ذاته إلى توليد ثقة قائمة على الأساس المهني. وما إذا كان الصحفيون يمتثلون إزاء المعايير "المهنية" في جمع وتقديم المعلومات لا يشكل سوى شرط واحد لتوليد وشائج الثقة بين الخبراء والجمهور. ومثل هذه الوشائج تقتضي بدورها، جماهير يحدوها توقع مماثل بشأن الصحافة – وذلك افتراض يحتاج إلى التعامل معه بصورة نقدية.

وليس بوسع التحليلات المعمول بها أن تجمع بين التوقعات الجماهيرية وبين الأسلوب الذي تُبنى بها الثقة في الصحافة. وانطلاقاً من نموذج رشيد للديمقراطية فهي تفترض أن جماهير الأخبار تتصرف على أنها تضم مواطنين غير حزبيين ومهتمين بالمعلومات الوقائعية، وأنهم يتعاملون مع الصحافة أساساً بوصفها عنصراً سياساً فعالاً. وإذا ما ساد الافتراض بأن الصحافة وجماهير الأخبار ما هم إلا أعضاء فعالين في إطار الديمقراطية، ومن ثم ينطلقون من حالة الرشد والبحث عن الحقيقة فإن

علاقة الثقة بين الطرفين ستبدو مباشرة إلى حد كبير: الصحافة جديرة بالثقة مادامت تؤدي دورها المهني وتلبي احتياجات الجماهير.

ومع ذلك فلا تلبي لا الصحافة ولا الجماهير المستهدفة بالأخبار قواعد هذا النموذج. لأن تفرد الأخبار المثيرة واتساع طابع التابلويد بمعنى الصحافة الصفراء الذي باتت تتسم به الأخبار السياسية، ثم انتشار ورواج الأخبار من النوعية غير السياسية (العلوم والصحة والرياضة والسفر والغذاء) في الصحافة المعاصرة إنما يوحي بأن الصحافة لم تعد إلا بالكاد تلبي التوقعات التي تنطوي على رشد المعلومات. كذلك فالجماهير لم تعد بشكل رئيسي مهتمة بالأخبار السياسية ولا باستهلاك الأخبار من أجل أن تتصرف على أساس أن أفرادها مواطنون مشاركون سياسياً فالتماس الأهداف التي تم تسديدها في عالم الرياضة، وتدارس واستعراض أسواق العقارات ومعرفة جداول العروض السينمائية ومراجعة نشرات أحوال الطقس ما هي إلا أمثلة لما أصبحت تريده الجماهير. وإلى جانب المهام التي تقتضيها أوضاع المواطنة تساعد الصحافة الجماهير على معرفة شاملة بالعالم حيث تزودها بحسّ الزمن والواقع وتربط الأفراد والمجتمعات وتطرح مفاتيح من أجل تأكيد الهويات الثقافية (Schudson 2003). وقد بات من الضروري عدم الرضوخ إلى مقتضيات السوق التي تفيد بأن الصحافة تقدّم للجماهير بالضبط ما تريده. وأيضاً عدم النظر إلى الاتجاهات المعاصرة على أنها تراجُع عن الفترات الأفضل المدعى أن الصحيفة عاشتها من أجل الاعتراف بأن نموذج الصحافة ونموذج الجماهير المرتبط بجانبي الرشد والمعلومات بات يقدم منظوراً محدوداً لفهم الأسلوب الذي باتت تتحدد على أساسه الثقة في وظائف الصحافة.

وبصرف النظر عما إذا كان ينبغي إدانة أو تقريظ الاتجاهات الحالية

في مجال الأخبار وتفضيلات الجماهير نحسب أن من المهم إدراك أن التوقعات الجماهيرية المتعددة مازالت هي الأساس لعلاقات الثقة؛ فإذا ما كان للجماهير أن تستخدم الأخبار لأسباب متعددة فربما لا تعمد إلى استخدام معايير متطابقة لقياس ثقة المؤسسات الصحفية: فماذا يحدث عندما تفشل المؤسسات الصحفية في تلبية توقعات الجماهير، ومن الذي تتأثر سمعته؟ وهل يتم تجديد جزء من الثقة؟ إن جماهير الأخبار ربما تظل واضعة ثقتها في الصحفيين حتى لو ظلوا يخطئون بصورة منتظمة بشأن تنبؤات الطقس، ولكنها سوف تسحب كل الثقة من الصحفيين المهتمين بشؤون المال الذين يقدمون معلومات زائفة، أو يُشَك في أنهم يتحيزون لصالح أسهم أو سندات بعينها، وإذا ما كتب الصحفي أن عدداً مبدئياً من الوفيات التي حدثت في حريق قد بلغ 200 بدلاً من 300 استناداً إلى الأرقام الرسمية فلن ينال ذلك من الثقة ولكن إذا ما أخطأ الصحفيون في النشر عن حادثة اختطاف أو قدموا أخباراً مزيفة فقد تتأثر هذه الثقة.

إن المدافعين عن النموذج الموضوعي والمهني للصحافة، ممن يلومون الصحفيين الذين يصطنعون الأخبار أو يتركون السياسة كي تحدد التغطية الإخبارية، لا يفترضون فقط أن توقعات المواطنين موحدة، ولكنهم يتصورون أنها إنما تضاهي النموذج الذي يعتمدونه: إن عقد الثقة بين الصحافة والجماهير يمكن أن يتباين طبقاً للولاءات والمصالح السياسية، وما يثق فيه الشخص كمصدر للأخبار يتعامل معه شخص آخر على أنه مصدر غير موثوق. وفيما يمكن أن تتوقع قطاعات من الجماهير من جميع وسائل الإعلام "أن تُبلغ الحقيقة" فإن قطاعات أخر لا تطبق هذا المعيار إلا على منظمات صحفية بعينها. وفيما يتابع البعض الأخبار السياسية لكي تتطابق مع آرائهم فإن هناك آخرين ممن ينهجون سبيلاً مختلفاً، وهناك من

يثق (أو لا يثق) في المنظمات الصحفية انطلاقاً من موقف التعاطف (أو العداء) الأيديولوجي. وهناك أيضاً آخرون ممن يثقون في تلك المؤسسات لأنها تتبع بدقة المعايير التقنية التي تقضي بها الكفاءة المهنية.

وتتمثل المشكلة الرئيسية في أن التوصيات التقليدية المتعلقة بالأسلوب الأمثل الذي تبني به الصحافة الثقة في أنها تنطلق من نموذج للصحافة لا يمكن أن يتحقق إلا عندما يتشارك الصحفيون والمجتمع بشكل عام في إطار من توافق واسع بين الآراء السياسية، وعلى أساس خطوط التوافق الذي تم تخيله وتكريسه في ميثاق الصحافة الأميركية (Gans 2003). وإذا ما تصاعدت نزعة عدم الثقة في الصحافة يفترض أن يرجع ذلك إلى أن الصحافة قد تخلّت عن مبادئها بالنسبة إلى توخي الإنصاف والحيدة. وفكرة بناء الثقة على أساس الولاء إزاء المثل غير الحزبية الشاملة (النزاهة والمسؤولية والمصلحة العامة) على النحو الذي أوصى به دعاة الصحافة الموضوعية تبدو فارغة من المضمون في السياقات التي تسيطر عليها السياسة الحزبية الضيقة وسياسة الاستقطاب. والأمر لا يتمثل في مجرد أن الصحفيين لا يبذلون جهداً كافياً في التقيد بالمثل المهنية؛ ففي أميركا اللاتينية يظل السؤال مطروحاً عما تعنيه المُثُل المهنية عندما تعمل المصالح القطاعية على فرض أهداف المؤسسات الصحفية وأداء صالات الأخبار وتوقعات جماهير الأخبار. وليس هناك عرف تاريخي يقضي بإنشاء "ماهية الصحافة الجديرة بالثقة" ولا يوجد توافق واسع بين الآراء بشأن التوقعات المرتبطة بمصداقية الصحافة.

وعلى ذلك تظل الثقة في الصحافة متداعية بالحتم. وعندما لا يتوقع الجمهور من الصحافة أن تكون حافلة بالعناصر المهنية الحقيقية ومن ثم يلتمس هذا الجمهور علاقة أيديولوجية مع مؤسسات جديدة، ففي هذه

الحالة تتداعى الثقة. وعندما لا يشكل الصحفيون جزءاً من جماعة من "الممارسة المهنية" جيدة التعريف وتستند إلى مبادئ مشتركة، فيما يتطلعون إلى اتباع استراتيجيات مختلفة لبناء الثقة، فحينئذ تتداعى الثقة بنفس القدر. وعندما لا تطالع جماهير المتلقين الصحافة فتنظر إليها بوصفها مؤسسة تنبثق من روح الديمقراطية وتضع نفسها فوق الصراعات السياسية، وفيما تتصور أنها منغمسة في حمأة الأساليب التجارية والسياسات الحزبية، فحينئذ تتداعى الثقة.

وعليه، يحتاج تحليل أداء الثقة إلى أن يوضع ضمن السياقات التي تتسم بها الروح الحزبية والتمسك السياسي بالرأي. وفي ظل هذه الظروف يصبح من المستحيل وجود نموذج جدير بالثقة في الصحافة ومستند إلى أسس بعيدة عن السياسة وقائمة على أساس الحقيقة. وفضلاً عن ذلك فهذا الأمر لا يتيح سوى تحليل محدود للغاية بالنسبة إلى أي محاولة ترمي مثلاً إلى فهم السبب الذي جعل جماهير المتلقين تولى المصداقية لصالح مؤسسات الأخبار التي ترفض بصورة واضحة اتباع المبادئ "المهنية" بل وتزدري الأداء الصحفي النزيه والوقائعي. وهذه المقولات يمكن أن تمثل الجهود المنطلقة من حسن النوايا من أجل تعزيز هوية مهنية وطرح نموذج بعينه يجسد "الصحافة الجيدة". ومع ذلك فهي لا تنطوي سوى على القليل من التعمق من حيث النظر فيما يتوقعه الجمهور من الصحافة ولا سيما في المجتمعات المنقسمة سياسياً. وفي ظل الديمقراطيات التي لا ترتبط فيها المؤسات الصحفية بمجرد قول الحقيقة وتوخي الموضوعية، كما لا تتوقع الجماهير أن يكون الصحفيون هم المراقبون المحايدون، لا تصبح الثقة في الإعلام مجرد مراعاة فقط للمعايير المهنية المتعارف عليها بل تصبح بالأحرى هي تلبية التوقعات الاجتماعية وتأكيد الآراء السياسية.

المراجع

Belinche, M. (ed.) (2001) *Medios, Politica y Poder La conformación de los multimedios en la Argentina de los 90,* La Plata: Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de la Plata.

Bromley, M. (1997) "The end of journalism? Changes in workplace practices in the press and broadcasting in the 1990s", in M. Bromley and T. O'Malley (eds) , *A journalism Reader*, London: Routledge, 330-50.

Cajías de la Vega, L. and López, G. (1999) Amenaza *o Fortaleza? Concentración de medios de comunicación en America Latina,* La Paz: Friedrich Ebert Stiftung-ILDIS.

Canton, S. and Loreti, D. (2000) *Libertad de Expresión en América Latina,* La Plata: Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de la Plata.

Castro Caycedo, G. (1999) *La Televisión nos Mató el Alma."El periodismo amarillo,* Bogota G. Castro Caycedo.

Conaghan, C. (2002) "Cashing in on authoritarianism. Media collusion in Fujimori's Peru", *Harvard International Journal of Press/ Politics,* 7 (1) : 115-25.

Cook, K. S. (ed.) (2001). *Trust in Society,* New York: Russell Sage Foundation.

Cordova de Alcazar, G. (2003) *Anatomia de los Golpes de Estado. La prensa en la caida de Mahuad y Bucaram,* Quito: Abya-Yala.

Diaz Rangel, E. (2002) *Chavez y los medios de comunicación social,* Caracas: Alfadil.

Fernandez Bogado, B. (2002) "Limitaciones internas y baja calidad de la democracia", *Sala de Prensa,* November: 49.

Fernández Christlieb, F. (2002) *Responsabilidad de los Medios de Comunicación,* Mexico City: Paidos.

Fowks, J. (2000) *Suma y Resta de la Realidad. Medios de comunicación y elecciones generals 2000 en el Perú,* Lima: Friedrich Ebert Stiftung.

Fox, E and Waisbord, S. (2002) *Latin Politics, Global Media,* Austin, TX: University of Texas Press.

Gambetta, D. (ed.) (1988) *Trust. Making and Breaking Cooperative Relations,* Oxford: Basil Blackwell.

Gans, H. (2003) *Democracy and the News,* New York: Oxford University Press.

Gargurevich, J. (2000) *La Prensa Sensacionalista en el Perú,* Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú, Fondo Editorial.

Giddens, A. (1991) *Modernity and Self-Identity,* Stanford, CA: Stanford University Press.

Hernandez, W. (2003) *Periodismo de Investigación en República Dominicana,* Santo Domingo: Editorial Letra Gráfica.

Herrán, M.T. and Restrepo, J. D. (1995) *Etica para Periodistas,* Bogota: Ediciones Tercer Mundo.

Luhmann, N. (1980) *Trust and Power,* New York: Wiley.

Macassi Lavander, S. (2001) *Prensa Amarilla y Cultura Política en el Proceso Electoral,* Lima: Calandria.

O'Neill, O. (2002) *A Question of Trust,* Cambridge: Cambridge University Press.

Ossandón, C. and Santa Cruz, E. (2001) *Entre las Alas y el Plomo. La gestación de la prensa moderna en Chile,* Santiago de Chile: LOM Ediciones.

Peñaranda Undurruga, R. (1999) *Retrato del Periodista Boliviano,* La Paz: Centro de Estudios Multidisciplinarios Bolivianos.

Peruzzotti, E. and Smulovitz, C. (eds) (2002) *Controlando la Politica. Ciudadanos y medios en las nuevas*

democracias latinoamericanas, Buenos Aires: Temas.

Rey, G. (2003) "El defensor del lector: un oficio en construcción" *Sala de Prensa,* March: 53.

Rockwell, R. and Janus, N. (2003) *Media Power in Central America,* Champaign, IL: University of Illinois Press.

Sant Roz, J. (2003) *Las Pautas de los Medias,* Merida: Universidad de los Andes.

Schudson, M. (2001) "The objectivity norm in American Journalism", *Journalism,* 2(2) : 149-70.

--(2003) *The Sociology of News,* New York: W.W. Norton.

Sunkel, G. (2001) *Concentración Económica de los Medios de Comunicación,* Santiago de Chile: LOM Ediciones.

Torrico, E. (1999) "El negocio sensacionalista en Bolivia", *Dáilogos de la Comunicación,* 55: 76-84.

Waisbord, S. (2000) *Watchdog journalism in South America,* New York: Columbia University Press.

-----(2002) "Grandes gigantes: Media concentration in Latin America", *Open Democracy,* 27 February Online. Available HTTP: http:/ /www.opendemocracy.net/ de bates/

article Jsp?id=8&de bateld=24&articleld=64 (accessed 20 September 2004) .

Zelizer, B. (2004) "When facts, truth and reality are God-terms. On journalism's uneasy place in cultural studies", *Communication and Critical/ Cultural Studies,* 1(1) : 100-19

Zeta de Pozo, R. (2001) "Los medios peruanos en busca de la credibilidad perdida", *Revista Probidad,* October-November. Online. Available HTTP: <http://www. revistaprobidad.info/ 016/026.html> (accessed 20 September 2004).

Zeta de Pozo, R., Ruiz, F. and Waisbord, S. (2004) "Los medios de comunicación en América Latina", in C. Barrera (ed.), *Historia del Periodismo Universal*, Madrid: Ariel.

الفصل السادس

وسائل الإعلام القديمة والجديدة، سياسة قديمة وجديدة؟

(الممارسة الصحفية المباشرة وغير المباشرة في حملة الانتخابات الأوكرانية لعام 2002)

ناتاليا كراسنوبوكا وكيس برانتس

هذه فترات صعبة بالنسبة إلى مجتمعات شرقي أوروبا التي لا يزال معظمها يجتاز مرحلة من التحوّل الملتبس من الشمولية إلى الديمقراطية. وبرغم أن هذه المجتمعات أعلنت بعد الإطاحة بالنظم غير الديمقراطية عن انتهاجها مساراً نحو الديمقراطية إلا أن مستقبلها السياسي لا يزال بعيداً عن الوضوح، باعتبار أن كثيراً من الممارسات السياسية والاقتصادية والسياسية والاجتماعية على صعيدها مازالت تتناقض مع مفهوم المبادئ الأساسية للديمقراطية. فدور الإعلام، خاصة حرية الصحافة والسبل العديدة التي تُنتهك فيها هذه الحرية، هو جوهر التناقض. فمن ناحية عمدت معظم أقطار شرقي أوروبا إلى اعتماد تشريعات إعلامية تقدّمية

وتبدو وكأنها ترحب بالمنافذ الإعلامية المستقلة والخاصة. ولكن من الناحية الأخرى يفيد الباحثون والمراقبون الدوليون عن وجود أمثلة من التحيز الإعلامي ومن الضغوط السياسية التي تمارَس على وسائل الإعلام ومن الرقابة الذاتية التي يمارسها الصحفيون أنفسهم.

وفيما تركز هذه الورقة على أوكرانيا، إلا أنها تنظر أيضاً في المنطق الذي يكمن خلف التطوّرات الإعلامية فيما بعد الحقبة السوڤياتية. فكثير من الجمهوريات السابقة للاتحاد السوڤياتي تبدو وكأنها محصورة بين منطق يتم تعريفه على ضوء الأيديولوجية الليبرالية التي تقضي بمنطق السوق الحرة للأفكار، وبين المنطق الذي تحدوه الأعراف التي تجعل الدولة – الحزب موقعاً لصنع القرار بشأن جدول الأعمال السياسي والجماهيري. وفي مراحل الماضي كانت وسائل الإعلام الشيوعية تشكل جزءاً أساسياً من عملية التطبيع الاجتماعي والتعليم والدمج الثقافي للمواطن الاشتراكي. على أن الوضع فيما بعد الحقبة السوڤياتية بات يعطي أهمية جديدة للإعلام، وللمواطن باعتباره مصدراً موثوقاً للمعلومات وللثقافة السياسية ثم للسلطات السياسية بوصفها عاملاً مساعداً جديداً فيما يتصل بأنشطتها الإعلامية وسبيلاً للحفاظ على السلطة وأيضاً عاملاً مساعداً للديمقراطية كموئل للمراقبة التي تكفل تأمين رفاه المواطن. وتلك أدوار متصارعة على الأقل فيما يتصل بما تتوقعه أطراف الفعاليات المختلفة من بعضها البعض.

وفي مثل هذه الحالة التي يشوبها عدم اليقين والتخبط بالنسبة إلى وسائل الإعلام التقليدية، يمكن أن يصبح دور شبكة الإنترنت هو الأكثر أهمية من سواه بوصفها وسيلة جديدة يصعب السيطرة عليها، فضلاً عن كونها منبراً للحوار. وقد جاء وصول الإنترنت متزامناً مع التحوّل إلى الديمقراطية في شرقي أوروبا مما ساعد على وصف الإنترنت بأنها

وسيلة تتسم بالديمقراطية وتعمل من أجلها أيضاً. والجمع بين خصائص تكنولوجيا متقدّمة ووسيلة إعلامية متوسعة هو الذي أثار التوقعات من البداية – وربما في هذه المنطقة أكثر من غربي أوروبا وأميركا الشمالية – بأهمية تعزيز الممارسات الديمقراطية في المجتمع. وبالمقارنة بين الإعلام المباشر على المسار الإلكتروني والإعلام التقليدي وقت إجراء الانتخابات في أوكرانيا، فلسوف نحلل ما إذا كان استخدام الإنترنت يرقى إلى هذه التوقعات، وما إذا كانت تساعد على تخطي العلاقة التي تكتنفها المشاكل بين الإعلام "القديم" والدولة.

المنطق الإعلامي والديمقراطي

ثمة باب مفتوح في النظرية الديمقراطية الليبرالية، ويتمثل في القول بأن وسائل الإعلام تلعب دوراً مهمًا في تفعيل الديمقراطية؛ ذلك لأن القوى الاقتصادية التي تعيش حالة من الاستقلال عن الدولة تستطيع أن تقوم بما يلي **(1)** تهيئة سبل تعددية المعلومات والآراء بما يستلزمه أن يتفهم أفراد الجمهور آليات حركة المجتمع ومن ثم يزاولون حقوقهم التشاركية كمواطنين؛ **(2)** سبْر وتنوير شفافية نطاق صنع القرارات؛ **(3)** إتاحة منبر للتعبير، سواء عن احتياجات المجتمع أو عن مشاكله فضلاً عن استجابات صانعي القرار إزاء تلك الاحتياجات والمشاكل وبهذا فهو يهيئ السبل للحوار اللازم لتجانس المجتمع وأخيراً **(4)** متابعة ممارسة السلطة واحتمالات سوء استعمالها ومن ثم وضع الممثلين المنتخبين موضع المساءلة في هذا الشأن.

وللأغراض التحليلية، فإن الطريقة التي تمارس فيها وسائل الإعلام بالفعل دورها في ظل الديمقراطية الليبرالية، فضلاً عن علاقاتها القلقة مع السياسة، يمكن وضعها ضمن حيز ثلاثي الأبعاد من حيث إن

أركانه تتشكل من خلال الأسس المنطقية التي تدفع قدماً عملية التواصل السياسي. وأول هذه الأبعاد يتمثل في "منطق حزبي" وهو ما اتسمت به معظم وسائل الإعلام الجماهيري في غرب أوروبا في القرن التاسع عشر بل وفي حقبة كبيرة من القرن العشرين. وهنا ترتبط الميديا الإعلامية بوشائج عميقة مع الأحزاب السياسية وتؤدي دورها الأقرب إلى دور الناطق باسم النخبة السياسية بدلاً من أن يكون لها وجهة نظر مستقلة. وعليه، فإن الوصف الذي يصدق على أفضل وجه بالنسبة إلى دور الإعلاميين أنهم من الحيوانات الأليفة المقتناة في حضن أهل البيت. ثانياً هناك "منطق عام" مازالت في إطاره وسائل الإعلام تحترم إلى حد كبير الأحزاب السياسية وصانعي القرار باعتبار أن الصحافة وصانعي القرار هم الفعاليات التي تتولى وضع الأجندة السياسية ولكن على مسافة أعمق وبغير أن تتلازم مع هذه الأطراف. وهنا تؤدي الميديا دورها لما يحقق الصالح العام ومن واقع إحساس بالمسؤولية عن سلامة النظام السياسية والعملية الديمقراطية (Brants and Van Praag 2000; Mazzoleni 1987). والاستعارة التي تنطبق في هذا المضمار هي: كلب الحراسة أو المراقبة.

وكنتيجة لتزايد المنافسة بين قنوات التلفزيون في ظل نظام مزدوج للبث والتوجهات التجارية لصحافة التابلويد بمعنى صحافة الإثارة فلقد شهدنا قيام "منطق إعلامي" موجَّه أكثر نحو السوق (Altheide and Snow 1979). وطبقاً لهذا المنطق يتحدد المحتوى الإعلامي من واقع الإطار المرجعي الذي تحرص فيه الميديا على فهم ما يحدث وتعمل على بنائه اجتماعياً حيث تتواصل مع الجمهور، بمعنى مع ما تفترض أن الجمهور مهتم به ومستمتع بتلقيه. وهنا أيضاً تصبح السياسة معتمدة على الأداء وعلى أنماط الإنتاج الإعلامي وعلى قيم الأخبار التي تبثها الميديا.

وعلى صعيد الممارسة ينتج عن ذلك موقف إعلامي لا يتباعد فقط، ولكنه يتسم بنظرة شديدة الحذر وغالباً ما يتم ذلك بحثاً عن قصص الفضائح ومواد الترفيه.

يبقى السؤال متمثلاً فيما إذا كانت أي من هذه النماذج تناسب الموقف المطروح، ومن ثم تساعد على تفسير التطوّرات التي تطرأ على العلاقة بين الميديا والسياسة في أوكرانيا وفي سائر المجتمعات المتحوّلة في شرقي أوروبا. إن النظرة السطحية إلى تطوّرات الميديا في تلك البلدان تكشف عن صعود المنافذ الإعلامية المستقلة، التي غالباً ما تندفع بفعل العوامل التجارية. وثمة تنوع أكثر في هذا المجال إضافة إلى مستوى من الإعلانات التجارية بقدر وجود مستوى من الإعلانات السياسية بصورة لم تكن معروفة من قبل. ويظهر كذلك إنشاء الوسائل الإعلامية الحزبية التي تدعم القوى السياسية الجديدة والمتباينة. ومع ذلك فهذه التغيرات السافرة يمكن أن تكون مضللة باعتبار أن التحوّلات في مجال الإعلام لا بدّ وأن تواجه بتحديات خلال مسيرتها؛ فالفترة الطويلة من سيطرة الدولة وفرضها الرقابة لا يمكن أن نتوقع اختفاءها بين عشية وضحاها من دون أن تترك أثراً. وقد تركت أثارها على تطوّر السياسة والممارسة الإعلامية، بل وكثيراً ما تؤدي إلى تقويض وضع الأحدث في هذا الشأن.

وعليه يبقى السؤال مطروحاً بشأن إمكانية تفسير الأداء الحالي للميديا في حقبة ما بعد المرحلة السوڤياتية، وما هي الأنماط الرئيسية للعلاقات بين الدولة والميديا والمجتمع؟ إن تطوّر الميديا في الجمهوريات السابقة للاتحاد السوڤياتي لا يمكن فهمه بغير استشكاف السبل التي كانت تعمل بها الميديا خلال الحقبة السوڤياتية.

وسائل الإعلام قبل وبعد الاستقلال

يلخص الجدول 1.6 منطق الأداء الإعلامي في أوكرانيا خلال التحوّل إلى الديمقراطية. ولقد بدأ نشوء وتطوّر الإعلام الأوكراني الحديث خلال سنوات الحكم السوڤياتي. وفي ظل التوجيه الصارم من جانب الحزب الشيوعي. وفي تلك الأيام كان بوسع المواطنين أن يستقبلوا قناة تلفزيونية واحدة على الأقل (عموم الاتحاد) إلى جانب قناتين تابعتين للجمهورية وفي الغالب الأعم قناة تلفزيونية محلية (أقليمية) واحدة.

الجدول 1.6

منطق الأداء الإعلامي في أوكرانيا

	المنطق			
	الدولة	الجمهور العام	الميديا (الناشئة)	الدولة الجديدة والأحزاب
الدور الإعلامي	دعاية	نقد المركز	قومية	الأنصار/ الولاء
التعريف	الحزب/ الدولة	الأمة	وطني	الحزب/ مجموعة مالية
وضع الأجندة	الحزب	النخبة الوطنية	نخبة وطنية	الدولة/ الحزب
تدخل الدولة	قوى	قوى	معتدل	قوى
الرقابة	الحزب	حزبية معتدلة	ذاتي معتدل	قوى من الدولة قوى ذاتياً
المِلْكية	الدولة	الدولة	مستقل	خاص/ الدولة
قانون الإعلام	رسمي	رسمي	قانون جديد	قضايا التراخيص، الضرائب العقوبات
الفترة	قبل عام 1986	91 -1986	98 -1991	منذ عام 1998

ولقد كانت أجهزة الراديو متاحة في جميع الأسر السوڤياتية حتى في أبعد القرى النائية. أما الصحف والرسائل الإخبارية والنشرات والمجلات فكانت تنشر فيما يكاد يكون كميات وطبعات غير محدودة. والتلفزيون كان يتسم بأهمية خاصة سواء بوصفه مصدر الأخبار والمعلومات أو الدعاية أو كأداة لخلق التجانس وإقرار النظام والحفاظ على صلة بين الأقاليم والمركز.

بالإضافة إلى الرقابة الذاتية كان ثمة مستوى عال من الرقابة الحزبية تتسم بسياسة تحريرية لوسائل الإعلام. ولم تكن الأصوات المعارضة معروفة على الإطلاق بل كانت الميديا الأوكرانية بالذات خاضعة لرقابة قاسية بحكم انشغال الحزب الشيوعي بشأن إمكانية انتشار الأفكار القومية والليبرالية بين صفوف النخبة الثقافية الوطنية. وفي الوقت نفسه فإن وسائل الإعلام السوڤياتية ذاتها كانت نخبوية (Mickiewicz 1997; Splichal 1994) - على نحو ما اتضح من واقع شخصنة السياسة والأخبار فضلاً عن الطابع الإنتقائي للإعلاميين وتوجيه الأداء الإعلامي حيث إن زعماء الاتحاد السوڤياتي، ولاسيما السكرتير العام للحزب كانوا يسيطرون على التغطية الإعلامية من خلال حضورهم وإشاراتهم ومقتطفات أحاديثهم فيما كان الإعلاميون يشكلون مجموعة تتميز بارتفاع المستوى التعليمي وزيادة الأجور بين صفوف المخابرات السوڤياتية. وأي تغطية إعلامية كانت موجهة نحو مسؤولي الدولة والحزب الذين كانوا يعتَبرون في مقدمة الجمهور المتلقي بالنسبة إلى أي منفذ إعلامي. وعلى أساس تدفق خاص يتألف من خطوتين كان نموذج الاتصال حيث يتم تنظيم الفعاليات الإعلامية مع مراعاة ما يفكر فيه مسؤولو الدولة بينما كانت مراعاة السكان إما غير مباشرة أو غائبة من الأساس.

فيما يتعلق بمنطق التعريف، فالفترة السوڤياتية اتسمت بآثار من

الخصائص الحزبية ولكن يمكن وصفها على أفضل وجه بأنها "منطق الدولة" بمعنى أن يرمز إليها، كما أشرنا في موضع آخر "التقاليد غير الديمقراطية التي يمارس فيها جهاز الدولة أو (السكرتير العام) السيطرة على الميديا، ومن ثم يقوم بتعريف ما يقال بالذات وما لا يقال (Brants & Krasnoboka 2001: 301). من هنا فالحقيقة والتماس الحقيقة كادت تتعرض للإنتهاك في الغالب الأعم أو كانت تتعرض للكبت والرقابة، وعلى ذلك كان المحتوى وحيد الجانب وكثيراً ما اتسم بالطابع الدعائي الصرف.

ثم جاءت البريسترويكا لتخلق عصراً ذهبياً في الإعلام الجماهيري في البلاد، واتسمت بجميع الخصائص التي يتسم بها المنطق العام: الإعلاميون بوصفهم أفراداً مستقلين ونقاداً مراقبين يدفعهم إحساس بما في صالح الجمهور العام بأكثر مما يهتم به الجمهور: كان ذلك هو "شهر العسل" بين عامي 1989- 1991 عندما عاش الإعلاميون فرصاً غير مسبوقة لممارسة عملهم (Voltmer 2000: 472). فلم يسبق قبل البريسترويكا ولا بعدها أن كان الصحفيون يتمتعون بهذا القدر من الاستقلال ومن الإحترام الشديد، ومن ثم فإن برامج التلفزيون التي كانت تذاع على القناة الوطنية المركزية Ostankino واستديو GART على القناة الجمهورية الأولى أصبحت مبشِّرة بالتحوّل الديمقراطي وحارسة لهذا التحوّل، كما أن الحوارات العامة لتلك البرامج وللصحف الوطنية الرئيسية أصبحت أمراً شائعاً في كل مكان.

الإعلاميون، باعتبارهم كانوا واضعي أجندات العمل أصبحوا في واقع الأمر هم صانعو الرأي والقادة السياسيون للشعب السوفياتي. لكن دورهم تغيّر من مهمة الدعاية إلى مهمة نشر الأخبار والتثقيف السياسي للمواطنين، وخاصة ما يتعلق بطرح الآراء التحليلية. ولم يكن

غريباً أن قادة مجالات الإعلام كانوا متنخبين في البرلمان السوڤياتي خلال الانتخابات المستقلة الأولى في الاتحاد السوڤياتي في عام 1989، وبعد ذلك في البرلمانات الوطنية. ولكن في ظل ذلك الاستقلال الذي بدا للعيان لم تكن الميديا تتمتع بالاستقلال الذاتي القانوني حيث كانت لاتزال مملوكة للدولة ويمكن معاقبتها إذا ما تجاوزت حدودها. على أن هذه الحدود كانت غير واضحة باعتبار أن السياسة الإعلامية والممارسة في هذا المجال لم تكن قد خضعت بعد للتنظيم بواسطة قانون إعلامي تقدّمي فيما كان القانون القائم محملاً بصياغات رسمية وكاد يتجاوزها التطوّر بل كانت بعيدة عن الممارسة الإعلامية الفعلية. وفضلاً عن ذلك فإن توجيه الإعلام نحو المجتمع ظل انتقائياً إلى حد ما، بمعنى أنه ظل نخبوياً للغاية وهادفاً إلى التجنيد من بين صفوف "مثقفي المعارضة" (Splichal 1994) الذين عملوا إلى حد كبير على تعريف الإعلام والأجندة السياسية خلال مرحلة البريسترويكا. ومن هنا فإن منطق الإعلام خلال المرحلة المذكورة يمكن على أفضل وجه تعريفه بوصفه منطق "جمهور مضطرب" (Fuzzy Public) حيث كان المثقفون التقدّميون يعملون على تحويل النظم السياسية والإعلامية إضافة إلى تشكيل قاعدة للمجتمع المدني.

ثم جاء انهيار الاتحاد السوڤياتيي وطرح قانون إعلامي جديد ليدفع إلى انفجار الميديا المستقلة: كثير منها كان مرحلياً للغاية ومنها ما كان يحاول البقاء لبعض الوقت ولكن أقلها هو الذي استطاع أن يرسّخ أقدامه. ومع ذلك لم يكن هيكل الملكية واضحاً حيث ظل التلفزيون من الناحية العملية مملوكاً للدولة وهو ما ارتبط بحالة من اللا يقيين وإمكانية الاختلاف. وفي الوقت نفسه، وفي ظل تغير من حكم سلطوي إلى حكم ديمقراطي واستقلال وطني، تغيرت المواقف الإعلامية من المواقف الدعائية والتعليمية إلى مواقف وطنية بالغة القوة. وكما كان الحال في

سائر أقطار أوروبا الشرقية أصبح النزوع القومي هو الملمح السائد في الإعلام الأوكراني المستقل وبهدف خلق هوية وطنية والدفاع عن السيادة الوطنية. ولكن هذه النزعة القومية أفضت بالميديا الأوكرانية إلى تجاهل ما حدث من إنشاء جماعات محلية من الأقلية الباحثة عن نفوذ، وتحويل القادة الشيوعيون المحليين السابقين ليصبحوا شخصيات سياسية وطنية. وفي معرض توجيه اللوم إلى الشيوعيين وإلى روسيا عن كل ما حدث من شرور فقد أغلقت الميديا الأوكرانية أعينها عن نشوء "الظالمين" المحليين. وكما لاحظ وي وو (Wei Wu) وزملاؤه (Wei Wu et al. 1996: 544) ، في بحوثهم بشأن روسيا، فقد بدأ الصحفيون في "تصوّر المزيد من الأدوار الفعالة من قبيل وضع الأجندة السياسية وتطوير المصالح للجمهور ولكن ليس في التحقيق بشأن ادعاءات الحكومات" وبرغم ذلك فإن الحملة الرئاسية في عام 1994 كانت نموذجاً للتواصل السياسي العلني: انتصار كوشما (Kuchma) بوصفه "الرجل الجديد" على الرئيس القائم بالعمل كرافشيوك (Kravchyuk) حيث اكتسب الشرعية بفضل المنافسة العلنية والشفافية والإعلام النزيه والنقد الذي ساد خلال الحملة الانتخابية. وبشكل عام فإن هذه العوامل المختلفة تشير إلى الميلاد المتأرجح والجنيني لمنطق إعلامي في أوكرانيا خلال السنوات الأولى من الاستقلال.

هنالك نشأت طبقة جديدة من مالكي وسائل الإعلام بطريقة مختلفة إلى حد ما في أوكرانيا عنها في روسيا المجاورة. وابتداء من أنشطة الأقليات الأوكرانية المسيطرة في مجال الإعلام بعد سنوات قليلة تجلت رؤية واضحة لمشاريعهم الإعلامية: تم استخدام هذه المشاريع للحصول على قوة سياسية وموقع إما في الهيئات التشريعية أو في الهيئات التنفيذية. وهذه القوى الجديدة أسست إمبراطورياتها الإعلامية جنباً إلى جنب مع أحزابها السياسية. وفي الوقت نفسه كان الولاء للرئيس كوشما ملمحاً مميزاً

للإعلام الخاص وإعلام "الدولة في أوكرانيا حيث إن القوى الأوكرانية الرئيسية وأحزابها وإعلامها كانوا دائماً في حال من التنافس لنيل رضا الرئيس".

وقد اتسم سلوك الميديا خلال الحملات الانتخابية بطابع الوطنية ونزعة الهواة والولاء للرئيس بما اتضح معه "أداء إعلامي متحيز لعبت فيه الشخصيات والعائلات والفضائح والشائعات وسباقات الخيل والنزاعات دوراً مهيمناً على المحتوى الإعلامي" (Brants and Krasnoboka 2001: 298). وكما ذكرنا في هذا التقرير: "فإن البرامج الحزبية المختلفة والآراء السياسية التي اتسمت بتشاؤم شديد لم تكد تعطي فرصة لبروز وضع تعددي. ولم يكن هناك مناظرات تلفزيونية باعتبار أن التخوف شاع ليسبق المسؤولية الديمقراطية في تلك الحملات (2001: 298) كما أن شكل حملة انتخابات 1999 أصبح أنشودة بالنسبة إلى الرئيس؛ فإلى جانب قضايا الحزبية وولاء الرئيس على نحو ما التزمت به الأقليات الجديدة فقد شهدت الميديا الأوكرانية طرائق جديدة من ضغط الدولة مما أدى إلى قتل (وكان ذلك حَرْفياً في بعض الأحيان) ما شهدته الفترة من إعلام انتقادي وغير متحيز: لقد ظلت المؤسسات الإعلامية تتعرض بصورة منتظمة إلى عمليات تفتيش خاصة فيما يتعلق بالحرائق والصحة ومكافحة الأوبئة والضرائب في كل مرة كانت تحاول فيها أن تمارس استقلالها. وكان اعتمادها على التراخيص وعلى مرافق الطباعة المملوكة للدولة هو الذي جعلها تستمر في الوضع بينما لم يكن ثمة حماية كافية للميديا ولا للإعلاميين من الناحية العملية إزاء القضايا التي ترفعها أمام المحاكم السلطات القوية والبيروقراطيون المحليون. ومن هنا فإن سلطات الدولة الأوكرانية عادت بصورة سافرة أو مستترة إلى ممارسة

الأساليب القديمة للرقابة حيث وسعتها من خلال شكل جديد "الرقابة بالقتل" (Organization for Securtity and Cooperation in Europe 2001).

هذا كله يشير ليس إلى منطق إعلامي ولكن إلى منطق ناشئ مجدداً للدولة "مصبوغ" بمنطلقات حزبية تدفعها مصالح الأقليات الجديدة، فلم تستفد ميديا الإعلام الأوكراني من الفرصة التي أتيحت لها بفضل البريسترويكا والاستقلال، كي تنتقل من كونها صوت الدولة ودعايات الحزب الشيوعي، إلى حيث تحاول الميديا الوطنية أن ترسخ مهارات الإعلام الموضوعي والتحليل الجيد النوعية. وبدلاً من ذلك إذا بها قد ألغت هذا كله بسرعة، وكثيراً ما عادت منافذ إعلامية عديدة إلى "نقطة الصفر" في مجال الإعلام وغالباً ما جاء ذلك مرتبطاً بالمشاعر الوطنية والقومية العميقة.

الإعلام الإلكتروني في أوكرانيا

أصبح بوسع النظريات المبكرة للإمكانيات الديمقراطية التي تنطوي عليها شبكة الإنترنت أن تشير إلى أن هذه الوسيلة يمكن بكل تأكيد أن تصبح مصدراً قوياً وبديلاً للإعلام وموقعاً للتعبير عن الأصوات المهّمشة والمعارضة. ومع ذلك فإن التحليل الإمبريقي الأحدث يوحي بدلًا من ذلك بأن الإنترنت ما برحت تشكل مجرد وسيلة أخرى تؤكد التوزيع القائم للسلطة في العالم (على سبيل المثال G. Davis 1997; R. Davis 1997; Gibson and Ward 1998; Margolis et al. 1997, 1999; Resnick 1998; Selnow 1998) إضافة إلى أنها تهيىء أداة جديدة للانقسام في المجتمع من خلال إسهامها في إيجاد فجوة رقمية (مثلاً Bimber 1999; Davis 1999; Norris 2000). كما أن تحليل الإنترنت

وخاصة الميديا التي تبث على الخط المباشر في النظم الشمولية يكشف أيضاً عن نجاح جهاز الدولة في السيطرة على استخدامها ومحتواها (Kalathil and Boas 2001).

إن تطوّر الإنترنت باعتبارها أداة ديمقراطية وصوتاً من أصوات المعارضة في أوكرانيا له وجهان. ومع الاستثناء الممكن للسلطات، فإن الإنترنت أصبحت موسومة بتعريفات سلبية. ورغم أنها جاءت بعد محلات ماكدونالد إلا أن الإنترنت وصلت إلى المجتمعات ما بعد السوفياتية في نفس الوقت مع الاستقلال فأصبحت علامة تدل أكثر على الحرية التي طال انتظارها. وفضلاً عن ذلك، فالمهارات التعليمية والتقنية للسكان أتاحت للأفراد التكيف مع الإنترنت بسرعة ويسر1(*). ومن ناحية أخر فإن وصلة الإنترنت واستخدامتها مازالت رسمياً منخفضة بالمقارنة مع أغلبية دول غربي ووسط أوروبا2(**). وفي ظل 50٪ تقريباً من الوصلات الهاتفية، ففي عام 2004 لم يكن هناك سوى 8٪ من السكان (2 ,3 مليون نسمة) هم المتاح لهم الوصول إلى الإنترنت. وفيما لا يزال عدد المستخدمين المنتظمين أقل بكثير فإن أكثر هذه الفئات نشاطاً هم الشباب والأفراد ذوو التعليم الجيد والرجال من سكان المدن. وأغلبية المستخدمين يتاح لهم التواصل مع الإنترنت من مواقع عملهم أو أماكن دراستهم قبل بيوتهم. وبالإضافة إلى ذلك فالحد الأدنى للأجور والمعاشات التقاعدية في البلاد

(*) حتى اليوم وبرغم جميع صعوبات التنمية الاقتصادية والاجتماعية فإن أكثر من 97٪ من سكان أوكرانيا يتمتعون بصورة كاملة وكافية بالإلمام بمهارات القراءة والكتابة (البيانات أحالت إلى المواقع الشبكية للبنك الدولي ومنظمة الأمن والتعاون في أوروبا).

(**) البيانات المتعلقة بإتاحة الإنترنت واستخدامها مستقاة من: http://ww.nua.ie, http://www.pravda.com.ua, http://www.korespondent.net, http://ain.com.ua, http://www.worldbank.org, http://www.osce.org.

يتراوح بين 30 يورو و50 يورو شهرياً وهذا كله يؤكد أولاً تخلّف البلد فيما يتصل بإتاحة الإنترنت، فضلاً عن الانقسام بين الفئات الاجتماعية التي لديها إمكانية أكبر لهذا التواصل وبين الذين يفتقرون إلى هذه الإمكانية.

حتى نهاية القرن الماضي كان أثر الإنترنت على الإعلام السياسي في أوكرانيا غير قابل للقياس من الناحية العملية. وفي نيسان/ أبريل 2000 كانت الإنترنت، بوصفها مصدراً موثوقاً فقد ولدت وانتقاداً مستقلاً للمعلومات. وفي ذلك الشهر انطلقت أول صحيفة إلكترونية في العاصمة كييف حيث كان ثمة إعلامي شاب يمارس الانتقاد ويعمل في الإذاعة والتلفزيون واسمه غيورغي غونغادزي (Georgy Gongadze) قد تملكه اليأس إزاء التعبير عن آرائه في الميديا التقليدية فكان أن بدأ مشروعاً جديداً للإعلام عبر الخط الإلكتروني المباشر وتبع ذلك ولادة صحف جديدة عديدة بنفس السياق وبعضها فتح على الفور منتديات للحوار.

على خلاف الحالة في الديمقراطيات الراسخة فإن هذا النمط من الصحف الإلكترونية في الجمهوريات السابقة للاتحاد السوڤياتي قلما صدرت عنه طبعة خارج الخط الإلكتروني فيما كان محتواها أصيلاً بشكل غالب حيث اتسمت بالمرونة والحركية وأدارتها جماعات صغيرة من الإعلاميين المحترفين/ أو من الأفراد المتحمسين الذين نالوا قسطاً كافياً من التعليم. كذلك فإن أغلبية هؤلاء الإعلاميين بدأت أنشطتها المهنية بعد الاستقلال أو على الأقل خلال مرحلة البريسترويكا. على أن تلك الصحف ليست مرتبطة في العادة بجماعات سياسية أو تجارية وهي تسدد تكاليف أنشطتها من واقع الأموال الخاصة أو المنح الواردة من المنظمات غير الحكومية الدولية وهي تتمتع بالشعبية: معدل الرواج الشهري لكثير

من تلك الصحف يوضح أنها تتنافس بسهولة مع توزيع الصحف التقليدية (Krasnoboka 2002). وحالياً يوجد ما يقرب من 1000 من المواقع الشبكية الإخبارية على شبكة الإنترنت الأوكرانية، وهذا العدد يشمل الصحف الأوكرانية على الخطوط المباشرة وبوابات المعلومات، فضلاً عن طبعات إلكترونية للميديا خارج الشبكة العالمية(*). وبرغم أنه سيكون من الصعوبة نوعاً ما تحديد العدد الدقيق للصحف الإلكترونية إلا أن واحداً منا عمل على تقديرها ليفيد بأنه في الفترة 2002-2000 كان هناك نحو 40 من تلك الصحف تمتلك مواقع شبكية (Krasnoboka 2002).

في كانون الأول/ ديسمبر 2000 كانت صحيفة **أوكرانيسكا برافدا** (*Ukrainska Pravda*) قد سجلت أول مليون من قرائها بينما أوضحت الإحصاءات الرسمية (نحو 400,000 في ذلك الوقت) ومن الواضح أن السلطات السياسية لم تكن تشعر بالسعادة إزاء تطوّر منبر مستقل وجديد للاتصال السياسي. وفي غمار هذا الوضع اختفى غونغادزي وقد أصبح رائداً للإعلام المستقل ذاتياً على الخط الإلكتروني حيث لم يكن هذا الإعلام موضع تسليم بعد ذلك من جانب النخبة السياسية - ثم عثروا عليه بعد ذلك مقطوع الرأس. وعندما قام زعيم المعارضة ألكسندر موروز (Olexander Moroz) بتوجيه الاتهام إلى الرئيس كوشما في الضلوع المباشر في اختفاء جونجادزي، فلم يسفر ذلك فقط عن أزمة سياسية ولكنه أوضح الانفصال الدرامي بين الصحف الإلكترونية والميديا التقليدية باعتبارها مصادر موثوقة للمعلومات (انظر أيضاً Krasnoboka and Semetko 1003). وفي افتتاحيتها لاحظت صحيفة **أوكرانيسكا برافدا**

(*) مع الإحالة إلى http://www.topping.com.ua.

"أن من المفزع القول بأنه فقط من خلال معرفتهم بشأن قضية جونجادزي فإن ملايين من مواطني بلدنا سمعوا للمرة الأولى عن كلمة "إنترنت" (كانون الأول/ ديسمبر 2000).

ويمكن الافتراض بأن الإعلام الإلكتروني يشكل وسيلة فريدة وإن كانت موضع جدل من وسائل الاتصال في أوكرانيا. ولكن هل هذه الوسائل بحق وعلى النقيض من الميديا "القديمة" تمارس دورها باعتبارها منبراً مستقلاً لاكتساب المعارف وخلق فرص الحوار وتعزيز الديمقراطية؟ هذا السؤال سيتم الإجابة عليه على أساس تحليل مضمون للتغطية الإعلامية القديمة والجديدة لأحدث انتخابات برلمانية تمت في البلاد.

وسائل الإعلام وحملة انتخابات 2002: دراسة حالة

خلال الحملة الانتخابية السابقة في أوكرانيا (1998-1999) سجلت مجموعات عديدة ودولية قائمة بالرصد سلوكاً متحيزاً للصحف الوطنية وقنوات التلفزيون الوطنية، كما لوحظ سوء توزيع التغطية الإعلامية بين المرشحين المؤيدين للرئيس والمعارضين له من جانب منظمة الأمن والتعاون في أوروبا ومجلس أوروبا ومنظمة فريدوم هاوس، ولجنة حماية الصحفيين، ومنظمة صحفيون بلا حدود والمعهد الديمقراطي الوطني(*).

تركز دراستنا على تحليل مقارن للمنافذ الإعلامية التقليدية والجديدة العديدة خلال الحملة الانتخابية في أوائل عام 2002، وهي الانتخابات البرلمانية الثالثة منذ الاستقلال. وقد اتسمت الحملة بانقسام قوى بين الفعاليات السياسية المؤيدة والمعارضة للرئيس، وجاء ذلك ليحل محل

(*) معظم تقارير الانتخابات والإعلام التي كتبها المراقبون الدوليون يمكن الاطلاع عليها على المواقع الشبكية للمنظمات المناظرة.

الانقسام بين الشيوعيين وخصوم الشيوعيين وبين الفعاليات المؤيدة لروسيا والمؤيدة للغرب، وهو ما ساد الحملات الانتخابية السابقة. أما الانقسام الجديد فأفضى إلى عمليات اندماج وائتلافات ضمن الجماعات المؤيدة للرئاسة وجماعات المعارضة؛ فقد توحدت "أحزاب السلطة" العديدة في كتلة انتخابية قوية مؤيدة للرئاسة تحت عنوان "من أجل أوكرانيا" وهو ما كان يمثل أساساً الموظفين المدنيين النافذين (كبار موظفي الحكومة والمحليات مما ضمن لنفسه دعماً مالياً وهيكلياً كاملاً في كل أنحاء البلاد) .

طرأت تطوّرات مماثلة على صعيد القوى المناوئة للرئاسة حيث تعززت خلال الاحتجاجات الجماهيرية السابقة الأحزاب الرئيسية المناهضة للرئيس؛ فسعت إلى مواصلة نهج التعاون على مستوى الحملة الانتخابية بأسرها، ومن ثم فالعديد من الأحزاب الرئيسية اليمينية الليبرالية توحدت في كتلة انتخابية بعنوان "أوكرانيا التي تخصنا" – وكان يرأسها فيكتور يوشيشنكو (Victor Yushchenko) رئيس الوزراء السابق وكان في ذلك الوقت أكثر ساسة البلاد شعبية. وكان هناك أحزاب قليلة أخرى من الجناح اليميني (وفي أغلبها جمهورية) توحدت في كتلة انتخابية أخرى ترأسها نائبة رئيس الوزراء في حكومة يوشيشنكو وكانت في ذلك الوقت من أهم زعماء المعارضة الوطنية وهي يوليا تيموشنكو (Yuliya Tymoshenko) أما المعارضة اليسارية فكان يمثلها الحزبان الشيوعي والاشتراكي اللذان خاضا الانتخابات بصورة مستقلة من دون أن يشكلا كتلة انتخابية (انظر Semetko and Krasnoboka 2003) وفي النهاية فإن ستة أحزاب/ كتل دخلت البرلمان منها كتلتان من المؤيدين للرئيس، وهما من أجل أوكرانيا والحزب الديمقراطي الاشتراكي الأوكراني (الموحد) أما

الأحزاب الأربعة الأخرى فكانت معارضة (ومنها أوكرانيا التي تخصنا وكتلة تيموشنكو والحزب الديمقراطي والحزب الشيوعي).

ثم ثارت شواغل بشأن الأداء غير المتوازن لوسائل الإعلام. وكانت تظهر لفترة طويلة حتى قبل استهلال الحملة بالفعل. وبرغم أن قليلاً من الإعلاميين اعترفوا بالأداء المتحيز، إلا أن أحزاب المعارضة لم يكن لها سوى إتاحة محدودة للميديا الوطنية الرئيسية. وفضلاً عن الجدول الزمني المطلوب قانوناً بالنسبة إلى برامج ومناظرات المرشحين على التلفزيون وفي الصحافة إلا أنه تعين عليهم أن يعتمدوا على صحف أحزابهم وعلى عدد من الصحف المستقلة ولكن المؤيدة أو الحزبية وعلى شبكة الإنترنت.

التوقعات والطريقة(*)

من لحظة انطلاق الصحيفة الإلكترونية الأولى في البلاد جاءت هذ الوسيلة الجديدة للاتصال السياسي لتكتسب شعبية باعتبارها مصدراً موثوقاً للمعلومات البديلة والمعارضة. كما جاءت الأزمة السياسية التي وقعت في نهاية عام 2000 لتعزز مكانة هذه النوعية من الصحف باعتبارها الصوت الرئيسي للمعارضة المدنية والسياسية، ولتدعم موقع هذه الصحف بوصفها الكفة الرئيسية التي توازن المنافذ الإعلامية التقليدية من حيث تغطيتها لإجراءات المعارضة (Krasnoboka and Semetko 2003).

لقد كانت الانتخابات البرلمانية لعام 2000 هي الأولى من نوعها

(*) نظام التدوين الذي اتبعناه يستند جزئياً إلى دفاتر التدوين التي طورها هالين (Hallin) (1986)، سيمتكو وزملاءه (Semetko, etal.) (1991) وزملاءه وفولتمِر(Voltmer) (2000).

منذ بداية الأزمة السياسية، كما كانت الأولى التي استطاعت فيها الصحف الإلكترونية أن تؤكد موقعها باعتبارها وسائل إعلامية مستقلة وإخبارية[*]. وبالنظر إلى أداء جميع وسائل الإعلام السابقة، فضلاً عن التطوّرات السياسية التي استجدت في البلاد، يمكن أن نتوقع اختلافات واسعة بين الميديا التقليدية والصحف الإلكترونية من حيث تغطية الحملة الانتخابية وفي مقدمتها ما يلي:

• دوائر الرئيس والجماعات المؤيدة للرئيس تهيمن على أخبار الانتخابات في الميديا التقليدية؛

• أحزاب المعارضة تلقى التجاهل من جانب الميديا التقليدية أو لا تلقى سوى تغطية سلبية كاملة؛

• الصحف الإلكترونية تقدّم تغطية متسقة وتفصيلية لحملة المعارضة في الانتخابات؛

• الصحف الإلكترونية تتخذ في الغالب موقفاً سلبياً إزاء – الجماعات المؤيدة للرئيس.

إن توضيح هذه الفروقات بين الميديا التقليدية والصحف الإلكترونية سوف يساعدنا على الإجابة على التساؤلات الرئيسية بشأن دور الصحف الإلكترونية في التحوّل الديمقراطي في أوكرانيا، وما إذا كانت هذه النوعية من الصحف تهيئ لنا منطقاً في الأداء الإعلامي يختلف عن ذلك المنطق السائد في الإعلام التقليدي.

(*) ومع ذلك فإن وضعية الصحف الإلكترونية لم تلق تعريفاً قانونياً حتى الآن بما يعني أنها تفتقر إلى الإعتراف الرسمي بها باعتبارها من وسائل الإعلام الجماهيرية.

وبالنسبة إلى تحليلنا فقد اخترنا اثنين من المنافذ الرئيسية لكل فئة إعلامية، بمعنى اخترنا قناة التلفزيون Ut-1 المملوكة للدولة، والقناة الوطنية المملوكة ملكية خاصة وهي 7Inter(*) إضافة إلى أكبر صحيفتين يوميتين من الصحف القومية وهما *Den* و*Facty* وصحيفتين على الخط الإلكتروني المباشر وتتمتعان بأكبر نسبة من القراء وهما **كورسبوندنت** (*Korespondent*) و**أوكرانيسكا برافدا**. وقمنا بتحليل التغطية قبل أسبوع من يوم الانتخابات (31 آذار/ مارس 2002) وهذه الفترة تغطي خمسة أيام (يوم الإثنين – الجمعة) لأنه طبقاً للقانون لا يسمح بأي إثارة سياسية في اليوم السابق على الانتخابات (بالنسبة إلى الصحيفتين فإن الفترة تغطي أربعة أعداد فقط لأنهما لا تصدران يوم الإثنين) أما وحدة التحليل فهي المفردة الخبرية التي يتم تعريفها باعتبارها نصاً منشوراً بين عنوانين. وفي حالة قناتي التلفزيون فهي كل قصة إخبارية منفصلة ومعروضة في الكتلة الرئيسية لبرنامج الأخبار المسائي (قبل أخبار الطقس وأخبار الرياضة) وقد تم اعتبارها مادة خبرية.

ثم نظرنا إلى الخصائص التالية للقصص الخبرية:

• المواضيع المغطاة: نظراً للكمية الكبيرة والتنوع في هذه المواضيع فقد وضعنا فئات شاملة (مثلًا الحملة الانتخابية، النظام السياسي، الاقتصاد، الشؤون الخارجية، نظام الرعاية) وتم تدوين الموضوع الرئيسي الأول حسب المادة الخبرية؛

(*) يوجد أكثر من قناة تلفزيونية مملوكة ملكية خاصة على المستوى القومي وهي UT-2 وهي تتنافس مع Inter بينما تتعثر خطي UT-1 بشوط بعيد بالنسبة إلى هاتين القناتين فيما يتعلق بالشعبية.

• أطر الأخبار: الفكرة الرئيسية الناظمة أو خط القصة الإخبارية الذي يضفي المعنى على شريحة كاشفة من الأحداث (Gamson and Modigliani 1987: 143)؛

• التوازن: عندما تنقل الميديا أحاديث عن المرشحين فقد تدارسنا ما إذا كانت هذه البيانات متوازنة على أساس آراء معارضة وردت في نفس المادة الخبرية؛

• النغمة الشاملة: مدونة على أنها إيجابية، ومختلطة، وسلبية أو محايدة؛

• الفاعلون الرئيسيون: على أساس ترتيب ظهورهم في القصة الإعلامية ويمكن التدوين حسب المادة لغاية ثلاثة فاعلين رئيسيين. وكنا مهتمين بالذات بمدى الوضوح في حالات الظهور بالنسبة إلى الجماعات المؤيدة للرئيس والمعارضة له؛

• لهجة أي مادة خبرية بالنسبة إلى الفاعلين الرئيسيين: وقد دونت على أنها إيجابية، مختلطة، سلبية أو محايدة. وأتاح هذا لنا أن نتوصل إلى نسبة التوازن في لهجة التغطية فيما تم تعريفها على أنها الفرق بين النسبة المئوية للمادة الخبرية الإيجابية والسلبية التي يرد في سياقها ذكر عنصر واحد من الفعاليات.

النتائج

بشكل إجمالي ظهرت 722 "مادة" في المنافذ المختلفة خلال ذلك الأسبوع: 203 على التلفزيون (113 قناة Ut-1 و90 قناة Inter) و302 في الصحافة (116 في *Den* و186 في *Facty*) و217 على الإنترنت (169 على

كورسبوندنت و48 على **أوكرانيسكا برافدا**). واخترنا وحلّلنا جميع المواد التي أتت على ذكر الساسة الوطنيين (المواد المتصلة سياسياً) مما أدى إلى 98 مادة خبرية في حالة قناة UT-1 و75 في حالة قناة Inter و49 في حالة صحيفة *Den* و37 في حالة صحيفة *Facty* و150 في حالة **كورسبوندنت** و40 في حالة **أوكرانيسكا برافدا** (449 مادة بالإجمال). وقد اتضح أن الأخبار الانتخابية هي الموضوع السياسي الرئيسي الذي قامت المنافذ الإعلامية بتغطيته (ظهر في المتوسط في 46٪) .

وكما يوضح الجدول 2.6 نطاق أخبار الانتخابات التي جنحت القنوات التلفزيونية وصحيفة *Den* إلى طرح نظرة عامة على الحملة. وباستثناء **كورسبوندنت**، أفادت جميع المنافذ الإعلامية إلى حد كبير عن حملات الأحزاب بما في ذلك الإعلانات – دعايات الحملات والاجتماعات التي نفذها القادة الحزبيون والرحلات التي قاموا بها. أما القضايا المرفوعة أمام المحاكم والفضائح الانتخابية فكانت هي محور التركيز الأهم في الصحيفة الإلكترونية **كورسبوندنت** التي عرضت أيضاً لحالات الغش الانتخابي وانتهاك قانون الانتخابات والجرائم المرتبطة بالانتخابات. وكان ثمة مواضيع مماثلة حازت اهتماماً كبيراً بالنسبة إلى شبكة Inter التلفزيونية أيضاً، في حين أن *Facty* و**أوكرانيسكا برافدا** عرضتا للحملات السلبية وإلى التهجمات وسوء استخدام المواقع السياسية.

ولدى النظر إلى الأطر الإعلامية (الجدول 3.6) عمدت القنوات التلفزيونية والصحف الإلكترونية إلى طرح المادة ضمن أطر الإنجازات والجهد الشاق وإخلاص الساسة والأحزاب. وجاءت قناة UT-1 بالذات لتؤكد إجراءات التأييد والاهتمام بين الساسة وناخبيهم. وكانت الصحيفة الإلكترونية **كورسبوندنت** تجنح بدورها إلى رؤية الجانب الإيجابي مع إبراز

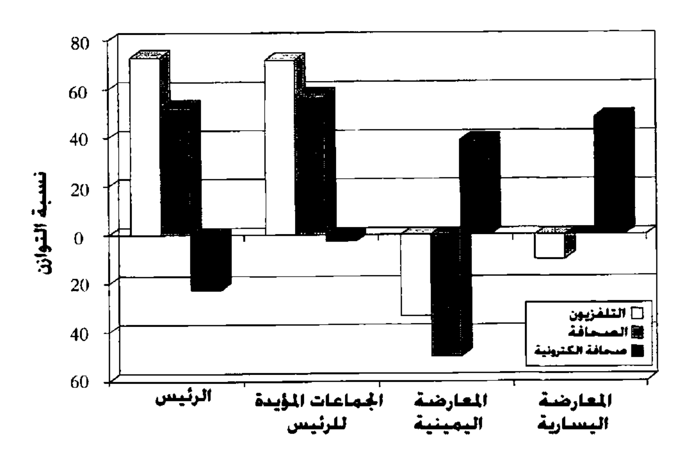
التعاون في الشؤون السياسية. أما قناتا التلفزيون وكذلك **كورسبوندنت** فقد ناقشت التحديات التي واجهت الحملة الانتخابية. والصحف كانت معنية أكثر بأن تروي التطوّرات السياسية الراهنة من الناحية الجيوسياسية: الصورة الدولية لأوكرانيا وعلاقاتها مع جيرانها. لكن القناتين وضعتا العملية ضمن الإطار السياسي والانتخابي وفي صورة إيجابية غالبة في حين أن كلتا الصحفيتين المذكورتين، وإلى حد أقل، ركزتا على الجوانب السلبية. ولوحظ أن نسبة الثلث من جميع المواد التي تم نشرها كانت تدور حول فكرة الغش الانتخابي والتجاوزات غير القانونية والمؤامرات التي حيكت خلال الحملة. وبالإضافة إلى ذلك فإن صحيفة *Den* وصحيفة **أوكرانيسكا برافدا** الإلكترونية طرحت الإنجازات السياسية على أساس كونها استثناءات زائفة وغير واقعية.

فيما يتعلق بتوازن البيانات السياسية التي أفادت عنها وسائل الإعلام المختلفة (الجدول 4.6) يتميز التلفزيون عن الجميع ولكن على أساس سلبي؛ فكلتا القناتين UT-1 وInter عرضتا اختلالاً مشهوداً في ما قدمتاه من مادة ودون إشارة إلى الآراء المعارضة إن كان ثمة إشارة من الأساس. أما الصحف الإلكترونية فقد انتهجت سبيلاً أكثر إيجابية سواء من حيث التوازن أو الإشارة إلى الآراء المعارضة. وإذا ما نظرنا إلى "لهجة" هذه المواد لرأينا اختلافاً بارزاً للغاية بين القناتين التلفزيونيتين وبين صحيفة **أوكرانيسكا برافدا** فالتلفزيون كان يعرض صورة أكثر إيجابية أو محايدة للحملة ككل بينما عرضت الصحيفة المذكورة صورة سلبية. كذلك فإن لهجة تقارير الصحف كانت موزعة بصورة متساوية من الناحية العملية على طول جميع الخيارات المطروحة.

وعندما نتحوّل إلى الفاعلين السياسيين نرى أن الاستثناء هو

كورسبوندنت، حيث إن جميع المنافذ الإعلامية أعطت للرئيس دوراً مركزياً (الجدول 5.6) فقد فاق وجوده دور أي من الساسة الآخرين. وبالنسبة إلى الصحيفة المذكورة كان الرئيس هو ثالث فاعل سياسي كبير بعد الكتلتين من الجناح اليميني المعارض ناشا أوكراينا وكتلة تيموشنكو. وكانت الصحيفة المذكورة أيضاً هي المنفذ الوحيد الذي فاق فيه الوجود الشامل للجماعات المعارضة نظيره للجماعات المؤيدة للرئيس. أما سائر الأجهزة الإعلامية بما في ذلك صحيفة **أوكرانيسكا برافدا** الانتقادية فقد قدمت تغطية أوسع للفاعلين الرئاسيين. وعلى التلفزيون عرضت الشاشة من الجماعات المؤيدة للرئاسة ما يعادل 2,5 ضعف نظيرتها في المعارضة. وكانت المعارضة اليسارية هي الأقل ظهوراً في الجميع باستثناء **كورسبوندنت** حيث حظيت بعرض أكثر بصورة طفيفة من الرئيس.

بينما كانت لهجة تغطية الحملة ككل مختلطة إلى حد ما، فقد كانت اللهجة المؤيدة للرئيس إيجابية بصورة عامة على الأقل في الميديا التقليدية. وكما يوضح الجدول 1.6، لم يكن لدى قنوات التلفزيون ولا الصحف أي لهجة سلبية أو مختلطة تجاه الرئيس. أما صحيفة **أوكرانيسكا برافدا** فلم تنشر على العكس كلمة إيجابية وحيدة عن الرئيس في حين أن **كورسبوندنت** طرحت لهجة سلبية بدورها. ولوحظ نمط مماثل في تغطية الجماعات المؤيدة للرئيس برغم أن الميديا الإلكترونية كانت أكثر حياداً في هذه الحالة. وكانت لهجة المنافذ التقليدية قد تغيرت تغيراً جذرياً عندما تطرقت إلى المعارضة اليمينية حيث أصبحت الأوصاف سلبية للغاية بينما ورد ذكر المعارضة اليسارية بشكل نادر لدرجة أنها لم تنعكس عنها صورة واضحة بالأساس.



الشكل 1.6: نسبة التوازن في لهجة التغطية في حالة الفاعلين الرئيسيين في التغطية الإعلامية

خلال أسبوع ما قبل الانتخابات البرلمانية الأوكرانية عام 2002.

(الفرق بين النسبة المئوية للمواد الإخبارية الإيجابية والسلبية)

إن الصورة التي تتشكل بالنسبة إلى المرشحين الآخرين هي التي تصوغ أوجه التعاطف أو أوجه التعارض كما تصنع الصلات المباشرة بين ساسة معينين بحيث تكون إما أكثر وضوحاً أو أشد ارتباكاً. وفيما أن المنافذ التقليدية الإعلامية بشكل عام تدلل على لهجة إيجابية مماثلة نحو العناصر الأخرى المؤيدة للرئيس، لكن في الوقت نفسه يمكن ملاحظة حالة من البرود في قناة Inter وصحيفة *Den* فيما يتصل بمجموعة "أوكرانيا التي تخصنا". وهذا يبدو وكأنه حالة عارضة لأنها تتفق مع لهجة إيجابية نحو اللاعب الثاني المؤيد للرئيس وهو فيكتور مدفدشيك (Viktor Medvedchyuk) الذي تصادف أنه يملك الوسيلتين معاً، وكذلك

نحو حزبه الديمقراطي الاجتماعي (المتحد). أما UT-1 المملوكة للدولة (وبالتالي فهي مؤيدة للرئيس) ثم *Facty* التي يمتلكها زوج ابنة الرئيس، فقد عرضتا الصورة المقابلة حيث اتسمتا بالإيجابية المتطرفة لصالح أوكرانيا المتحدة، وحيث لم تكن تغطية يوشيشنكو إيجابية ولم تكن تغطية كتلة تيموشنكو على هذا النحو فإن "أوكرانيا التي تخصنا" باعتبارها كانت القوة المعارضة الأكثر شعبية ممثلة بشكل معقول في الميديا التقليدية.

ومن بين الصحف الإلكترونية عمدت **أوكرانيسكا برافدا** إلى إيلاء أكبر الاهتمامات للمعارضة وبالذات يوشيشنكو وكتلته "أوكرانيا التي تخصنا" وكانت لهجة التغطية دينامية على نطاق واسع في حين أن تغطية تيموشنكو وزعيم الحزب الاشتراكي موروز كانت أكثر إيجابية وإن كانت تغطيتهما في أقل القليل. كذلك فإن كتلة تيشنكو وكتلة أوكرانيا التي تخصنا كانتا الأكثر ظهوراً في صحيفة **كورسبوندنت** ويعقبها الرئيس ثم أوكرانيا المتحدة. وفي ظل توجه إيجابي بشكل عام وإن كانت له لهجة انتقادية فقد جاءت **كورسبوندنت** مرة أخر مميزة عن **أوكرانيسكا برافدا** وغيرها من وسائل الإعلام التقليدية في البلاد.

الاستنتاجات

من هنا نتساءل: إلى أي حد تسير أوكرانيا على طريق الالتحاق بأسرة الإعلام السياسي في الديمقراطيات الليبرالية؟ الإجابة عسيرة بشكل قاتم وإن كانت يلوح فيها شعاع من الأمل؛ **فالشرط الأول** الذي يتطلبه اتصال سياسي عادل ونزيه يتمثل في طرح صورة متوازنة للفعاليات السياسية القائمة والآراء المطروحة في مجتمع ما.

الجدول 2.6

المواضيع الرئيسية فى التغطية الإعلامية خلال الأسبوع السابق على الانتخابات البرلمانية لعام 2002

	نسبة مئوية للمواد التى تغطى الموضوع								
	التلفزيون			الصحافة			الصحف الإلكترونية		
	UT-1 (N=38)	Inter (N= 37)	الإجمالى (N=75)	Den (N=21)	Facty (N=17)	الإجمالى (N=38)	Kor[a] (N= 87)	UP[b] (N= 18)	الإجمالى (N=105)
الانتخابات: عام	21.1	24.3	22.7	42.9	11.8	28.9	12.6	16.7	13.3
حملات الأحزاب الانتخابية	36.8	24.3	30.7	28.6	35.3	31.6	5.7	27.8	9.5
الانتهاكات الانتخابية وقضايا المحاكم	13.2	27.0	20.0	4.8	17.6	10.5	48.3	11.1	41.9
الحملة السلبية، التشهير واستغلال المنصب	5.3	2.7	4.0	4.8	29.4	15.8	14.9	22.2	16.2
الاستطلاعات والتصنيفات	15.8	10.8	13.3	14.3	5.9	10.5	12.6	11.1	12.4
الاحتجاجات	5.3	10.8	8.0	4.8	0.0	2.6	1.1	0.0	1.0
قضية جونجادزى	2.6	0.0	1.3	0.0	0.0	0.0	4.6	11.1	5.7
المجموع	100	100	100	100	100	100	100	100	100

ملاحظات a KOR= Korespondent

b UP = Ukrainska Pravda

الجدول 3.6

الأطر الإخبارية الرئيسية فى التغطية الإعلامية خلال الأسبوع السابق على الانتخابات البرلمانية الأوكرانية فى عام 2002

النسبة المئوية للمواد التى تستخدم فى الإطار

	التلفزيون			الصحافة			الصحافة الإلكترونية		
	UT-1 (N= 98)	Inter (N=75)	Total (N= 173)	Den (N=49)	Facty (N= 37)	Total (N= 86)	Kor[a] (N= 150)	UP[a] (N=40)	Total (N= 190)
الإنجازات الإيجابية، التعاون	46.9	34.7	41.6	24.5	32.4	27.9	24.0	2.5	19.5
تحديات الحملة الانتخابية	18.4	32.0	24.3	12.2	10.8	11.6	23.3	10.0	20.5
الغش الانتخابي ، التآمر	11.2	10.7	11.0	12.2	16.2	14.0	36.0	30.0	34.7
الجغرافية السياسية لأوكرانيا	6.1	1.3	4.0	14.3	16.2	15.1	7.3	10.0	7.9
المعارضة، المقاومة	1.0	4.0	2.3	2.0	0.0	1.2	1.3	2.5	1.6
تحيزات وسائل الإعلام	0.0	0.0	0.0	4.1	0.0	2.3	0.0	15.0	3.2
التوقعات (السياسية) الزائفة	1.0	1.3	1.2	20.4	8.1	15.1	1.3	22.5	5.8
أخرى	0.0	0.0	0.0	0.0	5.4	2.3	0.0	2.5	0.5
لا إطار – صعب التعريف	15.3	16.0	15.6	10.2	10.8	10.2	15.6	16.0	15.3
المجموع	100	100	100	100	100	100	100	100	100

ملاحظات a KOR= Korespondent

b UP= Ukrainska prauda

على أن الصحافة السياسية خلال حملة انتخابات 2002 في أوكرانيا، ولا سيما بروز الفعاليات السياسية الرئيسية، لا تكاد تحقق هذا الالتزام. فحالة البروز اتضح فيها بشكل ملحوظ عنصر عدم التوازن حيث كان الرئيس هو الشخصية الأكثر بروزاً في الأخبار رغم أن كان منصبه محفوفاً بالخطر في تلك الانتخابات. ومن بين الأحزاب الستة الأكثر شعبية كان هناك حزبان فقط مطروحان في الإعلام بصورة مستمرة كما أن لهجة التغطية الشاملة واللهجة المتبعة إزاء فعاليات سياسية بعينها لم تكن غير متحيزة ولا كانت محايدة في غالب الأحيان. ومن هنا فمثل هذه التغطية كشفت عن تفضيلات حزبية قوية ويمكن أن توصف في ضوء منطق تحكمه الدولة ويسيطر عليه الحزب(*).

وفي ظل تحيز محدود نسبياً نحو فعاليات ومواضيع محددة، وفي إطار لهجة متوازنة، فقد جاءت صحيفة **كورسبوندنت** الإلكترونية أقرب ما تكون إلى النموذج الديمقراطي الغربي حيث اتخذت بشكل عام موقفاً محايداً ومتباعداً وظلت باستمرار تشير إلى مصادرها وتقدّم معلومات أساسية وتطرح السياق بالنسبة إلى الأحداث التي تفيد عنها وتأتي شعبيتها بين صفوف مستخدمي شبكة الإنترنت لتؤكد تقديرهم لمثل هذا النهج. وبرغم أنها في أيد أجنبية وتدفعها الحوافز التجارية كما أن موقفها النيوليبرالي يشير أكثر إلى عناصر منطق إعلامي بعينه إلا أن أداء كوربوسندنت يشير أيضاً إلى منطق عمومي. ومع ذلك يظل السؤال مطروحاً عما إذا كان في

(*) تتفق هذه النتائج مع بحث كاترين فولتمِر (2000) في منطق صحيفة **إيزفستيا** (*Izvestiya*) الروسية ذات الانتشار القومي.

ظل بيئة غير متوازنة للاتصال السياسي سيكون ثمة حاجة تدعو لاتباع هذا الشكل والأسلوب من الحيادية.

أما **الشرط الثاني** بالنسبة إلى المساهمة في مجال الاتصال السياسي إلى الديمقراطية الانتخابية فيتمثل في أن يظل هذا الاتصال حافلاً بالمعلومات المتعلقة بالسياسات والخطط والصفات التي تتسم بها مختلف الأحزاب وجماعات السياسيين. وهنا مرة أخرى، ومع استثناء **كورسبوندنت**، فالصورة التي تم بحثها بالنسبة إلى وسائل الإعلام المختلفة جاءت ملتبسة. إذ أن أغلبية القصص الإخبارية ركزت أكثر على خصائص الحملة التي توزعت بين الإعلانات الانتخابية وقطار الحملات والدعايات أكثر من مضمون هذه الحملات. كذلك فلا البرامج الحزبية ولا الإنجازات السياسية، ولا المواقف والمقترحات ولا خصال المرشحين، لقيت تغطية واسعة كما أن المواضيع الأخرى ظلت مفعمة بعناصر الإثارة حيث التركيز كان ينصّب على الفضائح الانتخابية والقضايا المرفوعة أمام المحاكم وحالات الغش وانتهاك القانون والتشهير واستغلال المواقع والمناصب، ومن ثم كان الإنطباع يتمثل في حملة قذرة للحصول على السلطة ثم تعززت هذه السلبية، وخاصة في الصحف سواء الإلكترونية أو العادية من خلال استخدام أطر شكلت تحديات للحملة الانتخابية ما بين التآمر والجغرافيا السياسية لأوكرانيا والإجراءات غير القانونية والإنجازات السلبية.

وفي عيون الغرب فإن مثل هذا النهج السلبي والخبيث، فضلاً عن محدودية المعلومات بشأن ما تتبناه الأطراف والأحزاب المتنافسة، إنما يشير إلى اتباع منطق إعلامي عام.

الجدول 4.6

توازن البيانات واللهجة الشاملة للقصص الإخبارية فى التغطية الإعلامية خلال الأسبوع السابق على الانتخابات البرلمانية فى أوكرانيا لعام 2002

	النسبة المئوية للمواد								
	تلفزيون			صحافة			صحافة إلكترونية		
	UT-1	Inter	إجمالى	Den	Facty	إجمالى	Kor[a]	UP[b]	إجمالى
	(N= 98)	(N= 75)	(N= 173)	(N= 49)	(N= 37)	(N= 86)	(N= 150)	(N= 40)	(N= 190)
البيان: لا يوجد	57.1	29.3	45.1	26.5	35.1	30.2	31.3	52.5	35.8
غير متوازن	37.8	48.0	42.2	30.6	24.3	27.9	33.3	20.0	30.5
غير خلافى	3.1	9.3	5.8	16.3	8.1	12.8	8.7	0.0	6.8
متوازن	2.0	13.3	6.9	26.5	32.4	29.1	26.7	27.5	26.8
اللهجة الشاملة:									
إيجابية	42.9	34.7	39.3	14.3	27.0	19.8	14.7	0.0	11.6
سلبية	6.1	18.7	11.6	28.6	24.3	26.7	27.3	60.0	34.2
مختلطة	13.3	16.0	14.5	30.6	21.6	26.7	15.3	30.0	18.4
محايدة	37.8	30.7	34.7	26.5	27.0	26.7	42.7	10.0	35.8

الحاشية:

[a] Kor= Korespondent

[a] UP= Ukrainska Pravda

الجدول 6.5

الفعاليات الرئيسية فى التغطية الإعلامية خلال الأسبوع السابق على الانتخابات البرلمانية الأوكرانية لعام 2002

	نسبة مئوية للمواد التى تغطى الموضوع								
	التلفزيون			الصحافة			الصحف الإلكترونية		
	UT-1 (N=123)	Inter (N= 90)	الإجمالى (N=213)	Den (N=66)	Facty (N=48)	الإجمالى (N=114)	Kor[a] (N= 217)	UP[b] (N= 71)	الإجمالى (N=288)
الرئيس/ الجماعات المؤيدة للرئيس:									
الرئيس	20.3	13.3	17.4	13.6	20.8	16.7	9.7	19.7	12.2
الجماعات المؤيدة للرئيس	51.2	68.9	58.7	47.0	47.9	47.4	35.9	36.6	36.1
المجموع	71.5	82.2	76.1	60.6	68.7	64.1	45.6	56.3	48.3
المعارضة:									
الجناح اليمينى	16.3	17.8	16.9	31.8	22.9	28.1	41.9	32.4	39.6
الجناح اليسارى	12.2	0.0	7.0	7.6	8.3	7.9	12.4	11.3	12.2
المجموع	28.5	17.8	23.9	39.4	31.2	36.0	54.3	43.7	51.8

ملاحظات a KOR= Korespondent

b UP= Ukrainska

ومع ذلك ففي السياق الأوكراني (التاريخي) يمكن تفسير ذلك أيضاً بأن الصحف على اختلافها تمتعت بقدر نسبي من الاستقلال أكبر من التلفزيون، وأنها تستخدم هذه الاستقلالية المهنية لكي تقوم بدور المراقبة ضمن إطار المنطق الإعلامي العام رغم التحيز الذي يمكن أن يكون متبعاً. ولاعجب في أن أطر التلفزيون كانت أكثر إيجابية حيث ركزت على الجهود الشاقة التي تحملها بواسطة حزب من الأحزاب أو بدعم منه أو تحت رعايته، ومع ذلك فلا ينبغي لنا أن ننسَ أن الغشّ كثيراً ما كان ملمحاً تتسم به الانتخابات في الماضي وأن التلفزيون تربطه علاقة عضوية مع الرئيس وهو ما يجعله يغمض عينيه على الجانب "الآخر" من المعلومات.

مثل هذه النتائج تدعو إلى طرح السؤال المنطقي: كيف يتوافق هذا الاختلاف بين المنافذ فيما يتعلق بالفعاليات واللهجة المتبعة وبين عناصر التماثل في الموضوع المطروح وفي هيكل الرسالة التي يتم بثها؟ الإجابة هي أنها تغطي فعاليات مختلفة ثم تلومها أيضاً عن نفس الأفعال ذاتها. وعلى سبيل المثال فإذا ما وجهت **أوكرانيسكا برافدا** الاتهام إلى الرئيس بشأن الاتّجار غير المشرع بالأسلحة وغسل الأموال وارتكاب الاغتيالات السياسية، فإن قنوات التلفزيون والصحف سوف تتهم يوشيشنكو وتيموشنكو بالابتزاز المالي واستغلال المنصب خلال المرحلة التي أمضياها في الحكم. ولسوف تشكو **أوكرانيسكا برافدا** بشأن الاتجاهات المؤيدة لروسيا في الأحزاب المؤيدة للرئيس وسوف تتهم الميديا التقليدية المعارضة اليمينية بالتعصب القومي، كما ستقدم قنوات التلفزيون على إذاعة رحلات المرشحين المؤيدين للرئيس حول البلاد مع إبراز الترحيب الواسع النطاق من جانب المواطنين المتحمسين بينما تطرح **أوكرانيسكا برافدا** نماذج عن المعارضة التي يحظر عليها هذه الزيارات.

تلك الملاحظات تتيح لنا أن نخلص إلى أن الميديا التقليدية والصحف الإلكترونية تشكل مرآة لتعكس كل منها صورة الآخر في إطار ما تقدّمه من تغطية إخبارية، وهي صورة مشوهة في الوقت نفسه حيث أن الوسائل الإعلامية المختلفة تعكس جوانب مختلفة من الحقيقة فيما تتجاهل جوانب أُخر. وفي معظم الحالات والمواقف الأساسية فمثل هذه الاختلافات بين الميديا القديمة والجديدة يمكن أن تفضي إلى طرح حقائق سياسية مختلفة حيث أن الميديا التقليدية تستخدم منطق الدولة/ الحزب بينما تتبع مراسلات صحفية منطقاً أكثر توجهاً للجماهير. وبسبب عدم التكافؤ من حيث الإتاحة والعرض، فإن القوى المؤيدة للرئاسة كان أمامها فسحة غير محدودة عملياً لكي تخلق واقعها السياسي الخاص بينما تحركت المعارضة إلى نفس الهوامش أو تم استبعادها من هذا الواقع تماماً.

في هذا الإطار يبدو أن **أوكرانيسكا برافدا** ظلت تعمل بطريقة لا تتوافق تماماً مع نمطية المنطق؛ فمن **ناحية أولى** يوضح أداؤها وجود عناصر للمنطق الجماهيري في موقفها الانتقادي والمستقل. ومن **الناحية الأخرى** فإن عمليتها شبه الإنتحارية تعطي الانطباع بمنطق حزبي مناهض للدولة. وفوق هذا كله فإن نهجها المتشائم وبرنامجها المستقل يتجاوبان مع عناصر المنطق الإعلامي، ومع ذلك، وفيما تظل أحزاب المعارضة بمثابة قوة سياسية مهّمشة في المجتمع، فإن شبكة الإنترنت تخاطر بأن تظل بدورها وسيلة تعاني من التهميش وحيث يلتقي الهامشان ويتمتعان بالقدرة على طرح رؤيتهما للحقيقة ولكن فقط أمام الفئات التي تعيش في المجتمع ولديها فرصة للتواصل مع شبكة الإنترنت.

وبما أن الميديا التقليدية يمكن فهمها فقط من خلال علاقتها مع

الماضي السوڤياتي، فإن الميديا الإلكترونية ينبغي فهمها في إطار علاقتها مع الميديا التقليدية. وفي شكلها الراهن لا يمكن أن تظل فاعلة في عالم ثنائي القطبين مع الميديا التقليدية. وعليه فهي تؤدي إلى تنشيط وتعزيز التحوّل الديمقراطي في البلاد وإلى مواصلة تراث النشر السري المعارض الذي كان يقف ضد نفس الميديا التقليدية في المعادل السوڤياتي للعالم الثنائى القطبين. وفي الوقت نفسه فكثير من عوامل التغطية الإعلامية المستخدمة بواسطة هذه الصحف الإلكترونية، ومنها **كورسبوندنت**، إنما توضح الأخذ بأسلوب في الإعلام يتسم بمزيد من الموضوعية وعدم التحيز. ومن نواح أخرى فهي تماثل الميديا التقليدية. ومع ذلك فقد فرض تطوّر وشعبية الصحف الإلكترونية على المزيد من المنافذ التقليدية أن تقدّم معلومات تتسم بتنوع أكثر لصالح جماهيرها. وحتى لا يُنظر إليها على أنها متحيزة تماماً أو غير ديمقراطية فإن الميديا التقليدية، بما في ذلك التلفزيون، سوف يتعين عليها أن تستجيب إزاء الأخبار التي يتم بثها على الخط الإلكتروني المباشر. والشيء الوحيد الذي يمكنها أن تفعله لكي تجمع بين ولائها للرئيس وبين اتباعها الحد الأدنى من الموضوعية والتعددية إنما يتمثل في أن تطرح تفسيرات مماثلة ومختلفة لنفس الأحداث التي يتم تسليط الأضواء عليها في المسارات الإلكترونية المباشرة.

إن هذا البحث يطرح على الأقل سؤالاً ختامياً بعد أن حاولنا أن نطبق مفاهيم المنطق الإعلامي التي تطوّرت في الدراسات الإعلامية الغربية مستندة بشكل أساسي على دراسات الحالة الغربية بالنسبة إلى مجتمع في مرحلة التحوّل. وبمعنى آخر فقد نظرنا إلى الاتجاهات الحالية في مجال الاتصال السياسي في أوكرانيا بعيون النظرية الغربية فكانت النتائج بعيدة عن أن تكون واعدة. ولكن هل هي تفيدنا بشيء عن العجز الراهن لعملية

التحوّل الديمقراطي وعن الملامح المحددة للنمط "الشرقي" للديمقراطية أو عن ضرورة استخدام سياق تاريخي أكثر تعمقاً وبحيث ينطبق عليه عنصر الاتساق فيما يتصل بإدماج التجربة السوفياتية السابقة في التحوّل الإعلامي مع ربطها بالتطوّر التاريخي للإعلام الغربي في مراحل تطوّره المبكرة؟ نحن نترك الإجابة للقارئ.

المراجع

Altheide, D. and Snow, R. (1979) *Media Logic,* London: Sage.

Bimber, B. (1999) "The Internet and citizen communication with government. Does the medium matter?"*Political Communication,* 16(4) : 409-28.

Brants, K. and Krasnoboka, N. (2001) "Between soundbites and bullets. The challenges and frustrations of comparing old and new democracies", in Y. Zassoursky and E. Vartanova (eds) *Media for the Open Society. West-East and North-South Interface,* Moscow: Faculty of Journalism/ IKAR, 281-305.

Brants, K. and van Praag, P. (2000) "Politieke strijd: in of met de media?" [Political struggle: in or with the media?] in P. van Praag and K. Brants (eds) *Tussen Beeld en Inhoud. Politiek en media in de verkiezingen van 1998* [Between Image and Content: politics and media in the 1998 elections], Amsterdam: Het Spinhuis, 1-16.

Davis, G. (1997) "Tocqueville revisited. Alexis de Tocqueville and the Internet", *Harvard International journal of Press/ Politics,* 2 (2) : 120-26.

Davis, R. (1999) *The Web of Politics. The Internet's Impact on the American Political System,* New York: Oxford University Press.

Gamson, W. and Modigliani, A. (1987) "The changing culture of affirmative Action", in R. Braungart (ed.) *Research in Political Sociology,* volume 3, Greenwich, CT: JAI Press, 137-77.

Gibson, R. and Ward, S. (1998) "UK political parties and the Internet", *Harvard Internationaljournal of Press/ Politics,* 3(3): 14-38.

Hallin, D. (1986) *The Uncensored War."The Media and Vietnam,* New York: Oxford University Press.

Kalathil, S. and Boas, T. (2001) "The Internet and state control in authoritarian regimes: China, Cuba, and the counterrevolution", *First Monday,* 6(8). Online. Available HTTP: <http:/ / www.firstmonday.org/ issues/ issue6_8/ kalathil/index.

html> (accessed 16 August 2005) .

Krasnoboka, N. (2002) "Real journalism goes underground. The Internet underground". The phenomenon

of online media in the Former Soviet Union Republics", *Gazette,* 64(5) : 479-500.

Krasnoboka, N. and Semetko, H. (2003) "Electronic revolution". The role of the Internet in the ongoing protest actions in Ukraine". Paper presented at the European Consortium of Political Research Joint Workshop Sessions, 28 March-2 April, Edinburgh, UK.

Margolis, M., Resnick D. and Chin-Chang, T. (1997) "Campaigning on the Internet. Parties and candidates on the World Wide Web in the 1996 Primary Season", *Harvard International Journal of Press/Politics,* 2 (1): 59-78.

Margolis, M., Resnick, D. and Wolfe, J. (1999) "Party competition on the Internet in the United States and Britain", *Harvard International journal of Press/Politics,*4(4) : 24-47.

Mazzoleni, G. (1987) "Media logic and party logic in campaign coverage. The Italian General Election of 1983", *European journal of Communication,* 2: 81-103.

Mickiewicz, E. (1997) *Changing Channels. Television and the Struggle for Power in Russia,* New York: Oxford University Press.

Norris, P. (2000) "The global divide. Information poverty and Internet access worldwide". Paper presented at the Internet Conference at the International Political Science World Congress in Quebec City, 1-6 August.

Organisation for Security and Cooperation in Europe (2001) OSCE Special Meeting in Vienna, 12-13 March 2001. Promoting Freedom of Expression. Online. Available HTTP: <http:/ /www.vir.nl/publications/freedom-of-expression. htmi> (accessed 16 August 2005) .

Resnick, D. (1998) "Politics on the internet. The normalization of cyberspace", in C. Toulouse and T. Luke (eds) *The Politics of Cyberspace. A New Political Science Reader,* New York: Routledge, 48-68.

Selnow, G. (1998) *Electronic Whistle-Stops. The Impact of the Internet on American Politics,* Westport, CT: Praeger.

Semetko, H. and Krasnoboka, N. (2003) "Political Biases in the Soviet Style? Television in Ukraine's 2002 Parliamentary Election". Paper presented at the panel "Political Stability and Change: Do the Media Matter?" Paper presented at the International Communication Association Conference, San Diego, CA. May.

Semetko, H., Blumler, J., Gurevitch, M. and Weaver, D. (1991) *The Formation of Campaign Agendas. A Comparative Analysis of Party and Media Roles in recent American and British Elections,* Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.

Splichal, S. (1994) *Media Beyond Socialism. Theory and Practice in East-Central Europe,* Boulder, CO: Westview Press.

Voltmer, K. (2000) "Constructing political reality in Russia. *Izvestiya*- between old and new journalistic practices", *European Journal of Communication,* 15(4) : 469-500.

Wu, W., Weaver, D. and Johnson, O. (1996) "Professional roles of Russian and US Journalists. A comparative study", *Journalism and Mass Communication Quarterly,* 73(3) : 534-48.

القسم الثاني

الأحزاب السياسية والحكومات والانتخابات

استراتيجيات الاتصال وإعلامية السياسة

الفصل السابع

الحملات الانتخابية في الديمقراطيات الجديدة بأميركا اللاتينية

(المخروط الجنوبي)

روبيرتو إسبندولا

تُعد الحملة الانتخابية جزءاً أساسياً من عملية الاتصال السياسي، باعتبارها تتجاوز وضع وتنفيذ الاستراتيجيات الإعلامية وقت إجراء الانتخابات. وهي عملية معقدة من عمليات التطبيع الاجتماعي السياسي حيث تتراوح ما بين المبادلات التي تتم على المستوى الشخصي والجهود المبذولة في مجال الدعوة (Worcester & Mortimore 2001: 137) وبين الدور الذي تضطلع به الأحزاب السياسية ومعها وسائل الإعلام باعتبارها مصادر للثقافة السياسية. وهذا الفصل يركز على الحملات السياسية كجزء من عملية توطيد دعائم الديمقراطيات الجديدة في أميركا اللاتينية حيث يقارن بصورة محددة بين الحملات التي جرت مؤخراً في الأرجنتين وتشيلي وأوروغواي(*).

(*) هذا الفصل يستند إلى عمل ميداني تم في تشرين الثاني/ نوفمبر 1999 - كانون الثاني/ =

أصبحت للمرة الأولى في تاريخ أميركا اللاتينية كل مجتمعات المنطقة تحت إدارة حكومات منتخبة ديمقراطياً، كنتيجة لعمليات التحوّل الديمقراطي التي تجلّت منذ أواخر عقد الثمانينات من القرن العشرين، وبرز على سطحها السياسات الحزبية والعمليات الانتخابية في أميركا اللاتينية. وفي بعض الحالات تعزز هذا البروز بفضل الحملات الانتخابية التي لقيت معارضة شديدة من بعض الأوساط، فضلاً عن أنها حققت نتائج غير متوقعة ولكنها نجمت أساساً عن الدور المركزي الذي قامت به الأحزاب السياسية فيما يتعلق بطرح إمكانية الاستمرار والتغيير والاستقرار مقترنة بعناصر المعارضة الديمقراطية. وفي بعض الحالات لا تبدو الانتخابات الدورية كافية لتحقيق الاستقرار وقيام الحوكمة الديمقراطية. ومن الفروق الرئيسية لهذه الحالات ما تمثل في غياب الأحزاب السياسية التي تستند إلى منظمة قوية نسبياً ومحددة بصورة واضحة بما يسمح التفاعل بين المؤسسات ذات الصلة. ومن الأسباب الرئيسية للفرق بين النظامين السياسيين المستقر وغير المستقر في أميركا اللاتينية ما يتصل بأثر عملية التحديث واتباع الأساليب المهنية في مجال السياسة وخاصة تلك المتصلة بالحملات الانتخابية مع ما نجم عن ذلك من آثار على هياكل الأحزاب السياسية.

ورغم أن الدور الذي تؤديه الانتخابات كثيراً ما يتأكد حالياً من واقع الأدبيات المطروحة بكثافة في الفترة الراهنة فيما يتصل بعملية التحوّل الديمقراطي، فإن العملية المذكورة قلما تتجاوز بل ولا تسعى إلى إقرار أثر العمليات الانتخابية على التحوّل الديمقراطي بالنسبة إلى العناصر الرئيسية

= يناير 2001 بفضل دعم من الأكاديمية البريطانية (SG-33022) ومن لجنة البحوث بجامعة برادفورد.

ذات الصلة، وفي مقدمتها الأحزاب السياسية. ويهدف هذا الفصل إلى مناقشة اتباع الأساليب المهنية في الحملات الانتخابية وآثارها. ومن ثم هناك إشارة واضحة إلى ثلاث ديمقراطيات "جديدة " في منطقة المخروط الجنوبي من أميركا اللاتينية وهي: الأرجنتين وتشيلي والأوروغواي التي ظلت تتسم (حتى شهر كانون الأول/ ديسمبر 2001 في حالة الأرجنتين) بحالة من الاستقرار السياسي النسبي وبوجود أحزاب ذات طابع مؤسسي ضمن سياق الانتخابات المنتظمة. ويذهب الفصل إلى أن بعض هذه الأحزاب على الأقل التي استخدمت وكيّفت تقنيات التسويق بغير تأثير ملموس على هيكلها المؤسسي، أو على دور الحزب كمصدر من مصادر الثقافة السياسية. بيد أن هذا يظل افتراضاً محدوداً من دون أن يسعى في هذه المرحلة إلى إجراء مقارنة مع الحالات الأخرى في أميركا اللاتينية.

أن الدراسات المقارنة المتصلة بالحملات الانتخابية، التي لا تشير سوى بصورة عابرة إلى أميركا اللاتينية، تخلص إلى، أن كان هناك "طابع الأمركة" للحملات التي شهدتها الديمقراطيات الجديدة جنوب ريوبرافو (Río Bravo) (Angell et al. 1992: 43; Farrell 1996: 175). وعند السعي لتأكيد المقصود بهذه الأمركة فإن التعريف الأكثر شمولاً هو ذلك الذي قدمه سوانسون (Swanson) ومانسيني (Mancini) اللذان يستخدمان المصطلح للإشارة بأسلوب وصفي إلى أنماط وعناصر معينة من الحملات الانتخابية ومن الأنشطة المهنية المرتبطة بها وقد تم تطويرها لأول مرة في الولايات المتحدة وباتت الآن مطبقة ومكيفة بطرق شتى في البلدان الأخرى (1996: 5-6) وهما يطرحان هذه الأمركة كفرض عملي، ولكن أيضاً كجزء من عملية أوسع نطاقاً يتم على أساسها أمركة الحملات الانتخابية كجزء من عملية التحديث "التي تؤدي إلى تجزئة التنظيم

الاجتماعي والاهتمامات والهوية فتخلق بذلك ساحة معقدة من الهياكل المتنافسة والحقائق الرمزية المتنازعة التي يتعيّن على المواطنين أن يمخروا عبابها" (1996: 9).

كما يذكر في موقع آخر (Espindola 2002) هذا التوصيف الذي يركز على الاهتمام بالجوانب المهمة من الحملات، ولكنه ينطوي أيضاً على مخاطر واضحة؛ إذ يمكن أن يفضي إلى خلط بين استخدام الأساليب التقنية والمعلومات المستقاة من العمليات العلمية والفكرة، التي تقول بأن القرارات يمكن أن يتم صنعها بواسطة الذين يسيطرون على تلك العمليات والتقنيات. إن الحزب والدوائر التنظيمية في الحملات يمكن أن يتلقيا معلومات مستقاة من استطلاعات الرأي والجماعات المحورية وما إلى ذلك بقدر ما يمكن أن يتلقيا المشورة من خبراء التسويق السياسي. والأمر جدّاً مختلف بالنسبة إلى الخبراء ولراصدي استطلاعات الرأي العام وخبراء التسويق فيما يتعلق بقرارات الحملات الانتخابية، وإلا فهم الذين يحسمون الأمر بشأن البرامج والسياسات استناداً إلى المعايير والخبرات المهنية المتوافرة لديهم. وربما يعمد حزب جماهيري حاشد بالعناصر البيروقراطية إلى استخدام تقنيات التسويق السياسي بغير أن يعتمد بالضرورة على الأنماط التنظيمية المحددة، التي يتسم بها حزب حافل بالخبرات المهنية الانتخابية. وربما تستخدم حملة ما تلك التقنيات من دون أن تبتعد بعملية صنع القرار عن الهياكل الحزبية المعتادة، ومع ذلك فالحملة تصبح أكثر اتساماً بالطابع المهني لدرجة أن يتم تحويل عملية صنع القرار إلى أيدي المهنيين والخبراء.

إدارة الحملات والصدمات الخارجية

عندما يتم التمييز بين التكنولوجيا والتقنيات يمكن حينئذٍ القول بأن الأدوات المستخدمة حالياً في حملات أميركا اللاتينية تنطوي على تلك التي تتسم بها الحملات ذات الطابع المهني، ولكن ضمن السياقات التنظيمية، التي تختلف عن تلك المرتبطة بالساحة المهنية في أوروبا الغربية والولايات المتحدة أو كندا. وقد استجابت الأحزاب بصورة مختلفة إزاء التغييرات في الحملات التي يشّنها الخصوم وإزاء مدى توافر تقنيات التسويق السياسي الجديدة. وتدل تجربة المخروط الجنوبي على أن ثمة استجابات مختلفة كانت متصلة إلى حد كبير بالعوامل الداخلية، ومنها مثلاً تاريخ الحزب وعقيدته. على أن العنصر الحاسم كان يتمثل أيضاً في أحداث أو صدمات خارجية أثّرت على الحزب أو على النظام السياسي بأسره. ويمكن تحديد الصدمات العديدة في هذه الحالات على النحو التالي: (1) الملاحقة خلال الديكتاتوريات العسكرية (2) الأزمات الاقتصادية (3) الدعم الخارجي المقَّدم من أجل التحوّل الديمقراطي (4) الهزيمة الانتخابية وخسارة المنصب.

الملاحقة خلال الديكتاتورية العسكرية

اجتاح وباء الديكتاتوريات العسكرية أميركا اللاتينية خلال عقدي السبعينيات والثمانينات مما كان يعني أن الملاحقة أو على الأقل القيود القاسية كانت مفروضة على أنشطة الأحزاب السياسية. وفي أي حالة من حالات الفترات الطويلة التي عاشتها المنطقة بغير انتخابات، وفي جميع حالات المخروط الجنوبي كان هذا الوضع يرتبط بحالة قمع شديدة بما في ذلك سجن وإعدام النشطاء ومصادرة ممتلكات الحزب وتفكيك

الشبكات الحزبية وتدمير الحياة المؤسسية. وفيها عملت الأحزاب على البقاء على قيد الحياة سواء نزلت تحت الأرض أو انتهجت سبيل أشكال مختلفة من السكون، فقد حلت فترات طويلة للتطبيع الاجتماعي خلال سيطرة السلطات العسكرية. وجاء ذلك مقترناً في حالة الأرجنتين بالحرب والهزيمة العسكرية، فنجم عن ذلك أثر عميق بالنسبة إلى أجيال مختلفة. فالأجيال التي نشأت في ظل الحكم العسكري لم يكن لديها تجربة في الانتخابات ولا الأنشطة الحزبية، ونشأت على أساس أن لا تثق بالسياسين. بينما كانت نفس الأجيال ناشطة باستمرار للسعي نحو الإطاحة بالديكتاتوريات العسكرية حيث توضّح الاستقصاءات التي جرت مؤخراً، أن الذين تتراواح أعمارهم بين 25 سنة و40 سنة يجنحون أكثر إلى عدم الثقة في الأحزاب السياسية، بالمقارنة مع الأجيال الأكبر سناً التي خبرت السياسة في عقدي الستينات والسبعينات أو الأجيال الأصغر سناً التي نشأت في ظل الحكم الديمقراطي.

عندما نشأت الأحزاب من تلك الفترات التي شهدت الديكتاتورية وحالة السبات الشتوي كان عليها أن تعيد التكيف إزاء الظروف الجديدة. وفي معظم الحالات، خاصة في دوائر اليسار ويسار الوسط، أدى ذلك إلى التخلي عن الادعاءات بتمثيل قطاعات بعينها في المجتمع على نحو ما يتسم به نموذج الحزب الجماهيري. وبدلاً من ذلك تم اعتماد أنماط تنظيمية أكثر شمولاً، حيث أصبحت الأحزاب شاملة وموجهة نحو قطاعات أوسع من الناخبين. وكان عليها أيضاً أن تتكيف إزاء الهوة الفاصلة بين الأجيال، باعتبار أن قادتها كثيراً ما كانوا يعبّرون عن الجيل الذي كان موجوداً قبيل فترة الحكم العسكري على نحو ما أوضح هايت (Hite 2000). كما أن زعماء أحزاب يسار الوسط في التسعينات كانوا بالفعل من الشخصيات

القيادية في أوائل السبعينات. ولم يقتصر الأمر على أن النظم العسكرية التي أثّرت على اليسار ويسار الوسط، بل إنها أيضاً استبعدت الأحزاب التقليدية من جناح اليمين، بعد أن عجزت عن أن تعيش بعد الصدام الذي حدث بين الأعراف البرلمانية والنظم الوحشية التي تم تنصيبها للدفاع عن القيم والمصالح الطبقية، التي كان اليمين يدعي أنه يمثلها. كانت تلك بالذات حالة شيلي، التي أفضت إلى قيام أحزاب ومنظمات جديدة تسعى أساساً إلى توجيه مسار الدعم المدني، من أجل النظام العسكري وبعد ذلك من أجل حماية سياساتها الاقتصادية.

الأزمات الاقتصادية

في الأرجنتين كانت الإدارة المدنية المنتخبة الأولى بعد الحكم العسكري هي الحكومة التي قادها الاتحاد المدني الراديكالي (UCR) (Uníon Cívica Radical) للرئيس راوول ألفونسين (Raúl Alfonsín) وقد انهارت بصورة مزرية في عام 1998، حيث عجزت عن السيطرة على الأزمة الاقتصادية الواسعة النطاق، وعن حالة تضخم جامح ضارب أطنابه. وتعّين على تلك الحكومة أن تسلم الحكم إلى الرئيس المنتخب مجدداً وهو كارلوس منعم (Carlos Menem) في فترة سبقت عن تلك التي قضى بها الدستور. وبرغم أن أسباب الأزمة كانت تتجاوز كثيراً سيطرة الرئيس ألفونسين وكانت تتصل أكثر بحالة الاقتصاد العالمي وسياسات النظام العسكري (بما في ذلك محاولة أقطابه بكل تكاليفها للسيطرة على جزر فوكلاند/ مليفيناس واستعادتها). والمهم أن فشل الإدارة المدنية في التعامل مع أزمة اقتصادية كان له أثر كبير على تصورات الناخبين. يوضح الجدول 1.7 فيما إذا كان ثمة قطاع في المخروط الجنوبي وأميركا اللاتينية من الناخبين ممن لا يثقون في الأحزاب السياسية، فإن هذه الثقة المفقودة كانت بارزة في حالة الأرجنتين على وجه الخصوص. وأدى ذلك

إلى قيام مجموعات جديدة من اليسار ومن يمين الوسط ولكنه أدى كذلك إلى تغييرات واسعة النطاق ضمن نطاق الاتحاد المدني الراديكالي، مما فاقم من هزيمته الانتخابية في 1995 وأسهم بالتالي في نجاح الأخذ بأسلوب الإدارة المهنية الاحترافية للحملات في عام 1999.

الدعم الخارجي من أجل التحوّل الديمقراطي

في أوائل عقد الثمانينات بدأت الحكومات والوكالات الحكومية والمؤسسات في غرب أوروبا وأميركا الشمالية نشاطها من أجل تعزيز العودة إلى الديمقراطية في أميركا اللاتينية؛ ففي الولايات المتحدة أطلقت حكومتها برنامج الديمقراطية في عام 1982 الذي أصبح بعد ذلك يحمل اسم "الهبة الوطنية من أجل الديمقراطيةً (National Endowment for Democracy) باعتبارها منظمة مستقلة ممولة من الحكومة. وهذه المنظمة، مقترنة ببرامج تنمية سياسية أخرى، كانت تعني أن ما رصد في الميزانيات السنوية التي تركز على أميركا اللاتينية هو مبلغ 25 مليون دولار خلال الفترة (Carothers 1996: 126-127) 1983-1988. وعلى سبيل المقارنة، فبحلول عام 1989 كان هناك مؤسسة واحدة من ألمانيا الغربية، هي مؤسسة كونراد أديناور تنفق مبلغ 23 مليون دولار في برامج أميركا اللاتينية ومنطقة البحر الكاريبي (Pinto-Duschinsky 1996: 250) .

وفي حالات قليلة فإن الفعاليات الخارجية مضت شوطاً بعيداً في تقديم الدعم المالي للأحزاب السياسية وزعمائها ولكن هذه الحالات كانت أقرب إلى الاستثناء وليس القاعدة.

جاء جزء من الدعم المالي بالذات من المؤسسات ليمول البرامج والمراكز البحثية، حيث أتاح استخدام الأكاديميين والكوادر السياسية الذين استُبعدوا من وظائفهم المعتادة على يد السلطات العسكرية.

ومع ذلك فقد أتيح قدر كبير من المساعدة الخارجية على شكل تدريب للنشطاء الحزبيين ومنظمي الحملات وعلى شكل توفير الاستشاريين في مجال السياسة وخبراء في مجال الانتخابات ممن ذهبوا باعتبارهم مستشارين للحملات، وكانت تلك أشكالاً واضحة من نقل التكنولوجيا باعتبار أن التدريب وعمليات المشورة كانت تعكس المستويات التنظيمية والتقنية السائدة في البلد المانح. وعليه، فإن تقنيات الحملات الاحترافية التي سادت في الولايات المتحدة وغرب أوروبا في عقد الثمانينات تم نقلها إلى الأحزاب السياسية الناشئة عن فترات القمع السلطوي باعتبارها خضعت لعملية إعادة تنظيم لتصبح أحزاباً بارزة وتعمل على نطاق واسع. ولم يكن مستغرباً أن جاءت النتيجة مزيجاً من الحملات التقليدية التي درجت الأحزاب على اتباعها في عقد الستينات قبيل اضطرارها إلى الدخول في حالة السبات الشتوي وبين التقنيات الاحترافية التي كانت مفَّضلة في البلدان المانحة.

الجدول 1.7

الثقة في الأحزاب السياسية في عام 2008 وعام 2004

النسبة المئوية للمستجيبين على أساس" كثير من" أو بعض "الثقة"		
	1998	2004
الأرجنتين	17	12
شيلي	24	20
أوروغواي	34	30
أميركا اللاتينية	21	19

المصدر: Latinobarómetro, 1998 and 2004.

الهزيمة الانتخابية وخسارة المواقع

على نحو ما لاحظ بالفعل بانيبيانكو خلال مناقشته الاتحاد الديمقراطي المسيحي الألماني في أوائل السبعينات، "فإن الضغط من جانب القوة المركزية كان يمثل العامل الرئيس الحافز على التغيير": 1988)(*) (258 ولا شك أن ذلك كان سبباً رئيسياً لإضفاء الطابع الاحترافي على الحملات في أحزاب المخروط الجنوبي، على النحو الذي ظهر في الاتحاد المدني في الأرجنتين وفي أحزاب اليمين في تشيلي بقدر ما أن الاستمرار المطّول في شغل الموقع كان سبباً للإبقاء على الأشكال التقليدية للحملات في أحزاب ائتلاف تشيلي (Chilean Coalition Concertación) (ظل في الحكم منذ عام 1990) وحزب العدالة (Partido Justicialista) في الأرجنتين للفترة (1989 -1999).

بالنسبة إلى أحزاب اليمين في تشيلي وهي الاتحاد الديمقراطي المستقل (Union Democratica Independiente) (UDI) والتجديد الوطني (Renovacion Nacional) فإن اتباع الأسلوب الاحترافي في الحملات جاء بوصفه تطوّراً طبيعياً. ومعظم زعماء هذه الأحزاب نشؤوا خلال ديكتاتورية بينوشيه كجزء من التكنوقراط المدنيين ذوي الاتجاه النيوليبرالي الذين أيدوا النظام وشغلوا مناصب حكومية وإن كان ثمة استثناءات قليلة جاءت من الأحزاب السياسية لفترة عام 1973. أما المتغيرات الأساسية المهمة في هذا الصدد فقد تمثلت في تعليمهم المهني (وبالذات في مجالات الاقتصاد ودراسات الأعمال التجارية أو الهندسة) والخبرة التجارية التي أدت بهم إلى الاعتماد على التسويق. كما أن خبرتهم

(*) أعمال بانيبيانكو تم نشرها أصلاً في عام 1982.

الانتخابية حتى عام 1989 تألفت من تطبيق مبادئ التسويق عند طرح قضية الديكتاتورية في عام 1980 وفي استفتاءات عام 1988.

الأحزاب ذاتها تطوّرت خلال الثمانينات. ولأنه لم يتعين عليها أن تخوض حملات لنيل المواقع خلال تلك السنوات عندما واجهت انتخابات عام 1989 وما بعده، فقد كان طبيعياً أن تظهر خصائص الاحتراف الانتخابي إذ كانت قيادتها تتسم بطابع من الشخصنة الواضحة، حيث تألفت من شخصيات مشهورة وتتواصل عن طريق وسائل الإعلام مع أعضاء الحزب ومع قطاع الناخبين ممن تدعي تمثيلهم. على أن الأحزاب كانت ذات هيكل أفقي ضعيف، وتعتمد محلياً على الوجهاء وعلى الرؤساء السياسيين أكثر من اعتمادها على عضوية القواعد الشعبية. كما كان التمويل يأتي من جماعات المصالح ومن الشركات ومن المؤيدين الأثرياء، في بلد لم يكن يطبق أي قيد على الهبات السياسية.

ثمة حالة أخرى كانت تشهد الهزيمة الانتخابية وخسارة الموقع، وقد أدت إلى اعتماد احترافية الحملات ولكن من دون أن تحقق أثراً كبيراً على التنظيم الحزبي، وتتمثل في حالة حزب الاتحاد السابق الذكر في الأرجنتين. فبعد فشل السيطرة على جموح التضخم الاقتصادي في عام 1989، وبعد الهزيمة الصارخة على يد اتباع بيرون في انتخابات ذلك العام، مضى الحزب المذكور ليخسر خسارة فادحة في الانتخابات الرئاسية عام 1995، حيث حصل على 17٪ من الأصوات مقابل نسبة 49,9٪ تلقاها منعم وحزبه حزب العدالة(*). وبعد عام 1995 تم انتخاب العديد من الحداثيين في

(*) العقلية الانهزامية للحزب في ذلك الوقت تبّدت من خلال بعض قادته الذين ادعوا أن الحزب كان يطرح المرشحين كي يخسروا.

قيادة حزب الاتحاد المذكور، وأتقنوا الاعتماد على عناصر احترافية في الحملات. ومع انتخابات 1999 كانت هذه الاحترافية أمراً واضحاً للعيان، ومع ذلك فقد انعكس هذا أساساً في الحملات الرئاسية ليس في الحملات المحلية لحكام الأقاليم فحسب، بل أيضاً لأعضاء البرلمان، وذلك لأن كثيراً من التقنيات التقليدية ظلت متبعة بصورة فعالة.

حملات المخروط الجنوبي

بعد ذلك نمضي لنفحص المدى الذي تمّ في إطاره إضفاء الطابع الاحترافي على الحملات الانتخابية في عامي 1999 و2000 في الأرجنتين وتشيلي ثم حملة الأوروغواي في عام 1999.

الترشيحات والأثر المتواصل للجولات الانتخابية الأولى

في حالة تشيلي حدثت المواجهة الانتخابية أساساً بين الائتلافين الكبيرين :كان **الأول** هو ائتلاف يسار الوسط ويحمل عنوان "ائتلاف الأحزاب من أجل الديمقراطية" (Concertación de Partidos Por la Democracia) وعادة ما يسمى باسم "كونسرتسيون". وكان في السلطة منذ 1999 ومعه الحزب الديمقراطي المسيحي والحزب الراديكالي الاجتماعي الديمقراطي وحزب الديمقراطية والحزب الاشتراكي والحزب الليبرالي الصغير. أما **الطرف الآخر** فهو التحالف من أجل تشيلي وقد تم تشكيله بواسطة غلاة الجناح اليميني في الاتحاد الديمقراطي المستقل ثم حزب التجديد الوطني الأكثر اعتدالاً، وكان هناك أربع قوى ثانوية تمثل المرشحين وتتراوح بين مؤيدي بينوشيه إلى أنصار البيئة ثم الحزب الشيوعي.

الائتلافان الرئيسيان اختارا أساليب راديكالية مختلفة لطرح

مرشحيهما. ولمواجهة المرحلة الأولية من الحملة (أيار/ مايو – تشرين الأول/ أكتوبر 1999) فقد كان أمام كونسرتسيون مهمة صعبة في حمل شركائه الرئيسين الأربعة على الاتفاق على الترشيح لأي فرد، خاصة باعتبار أن موسمي الانتخاب الرئاسي السابقين (في عامي 1989 و1993) حملا الفوز للمرشحين من المسيحيين الديمقراطيين. والآن كان الاشتراكيون وحزب الديمقراطية يطالبان بحقهما، وكان من شأن السابقة التي تم إرساؤها في عام 1993 أن عمد الكونسرتسيون إلى فتح باب المرحلة الأولى أمام جميع الناخبين من دون أن يقتصر الأمر على أعضاء الحزب(*) أملاً في حشد التأييد لمرشحيه.

ضمت الحملة الانتخابية في جولتها الأولى المعقودة في أيار/ مايو 1999 مرشحاً من الديمقراطيين المسيحيين وهو أندريه زالديفار (Andrés Zaldívar)، وكان منافساً لمرشح آخر شارك في طرح اسمه الحزب الاشتراكي وحزب الديمقراطية وهو ريكاردو لاغوس (Ricardo Lagos) وبعد حملة مريرة نجحت في أن ضمت أصوات ما يقارب 1,4 مليون ناخب فاز لاغوس في الترشيح بهامش كبير هو 71,3 مقابل 28,7 في المئة.

مع ذلك فقد نجم أثر سلبي عن هذه الجولة الانتخابية الأولى على نحو لم تتوقعه قيادة الكونسرتسيون. فالحملة التي كانت حافلة بالشدة والهزيمة الصاعقة التي مني بها زالديفار تركت شعوراً من الحنق العميق بين صفوف المسيحيين الديمقراطيين، وهذا يوضح الصعوبات التي

(*) عضوية الأحزاب الرئيسية في كونسرتسيون تراوحت بين الحزب الديمقراطي المسيحي ويضم نحو 120 ألف عضو والحزب الاشتراكي ويضم 85 ألف عضو وهيئة انتخابية يزيد أعضاؤها عن 8 ملايين ناخب.

تنطوي عليها الجولات الأولى التي يتم فيها تجاوز الهياكل الحزبية. حيث يُترك الناخبون نهباً لوسائل الإعلام لتشكل هذه الوسائل الوسيط الرئيس للناخبين والساحة الأساسية للحوار العام (Patterson 1994: 182-191).

حدث موقف مماثل في الأوروغواي حيث كان ائتلاف يسار الوسط وهو Encuentro Progresista-Frente Amplio (EP-FA) منقسماً انقساماً عميقاً في الجولات الأولى بين زعيمه، وهو عمدة منتفيديو، تباري فازكويز (Tabaré Vázquez) وسيناتور الوسط دانيلو أستوري (Danilo Astori). وبعد انتصار ساحق لصالح فسكويز جاءت هذه الخصومة التي ولّدتها الحملة لتفضي بالفائز إلى رفض تكليف الخاسر بمنصب نائب الرئيس، وفضّل بدلاً منه زعيم الديمقراطيين المسيحيين رودولفو نين (Rodolfo Nin) كرفيق في الترشيح. ومن الناحية الأخرى للمعادلة السياسية فإن جانب الحزب الوطني اليميني وجانب أحزاب بارتيدو كولورادو (Partido Colorado) كانا منقسمين تقليدياً إلى عشرات من الفصائل وكان ذلك الانقسام محل اعتراض رسمي، بل وعززه النظام الانتخابي، ومن ثم فلم يكن من صعوبة في استخدام الجولات الانتخابية الأولى للتوصل إلى المرشحين الرئاسيين. أما بالنسبة إلى حزب بارتيدو كولورادو الحاكم فقد فاز في هذه الجولات يورغي باتلي (Jorge Batlle) حيث توحدت لصالحه جميع الفصائل الأخرى.

في حالتي تشيلي وأوروغواي هما توضحان الفروق بين الجولات الأولى التي تحدث ضمن حزب معين، حيث تجد الفصائل ذات الصلة أنه من الممكن بعد الجولات الأولى أن تتآلف خلف مرشح الحزب، وتحدث نفس العملية ضمن نطاق ائتلاف يضم أحزاباً قائمة، على نحو

ماحدث بالنسبة إلى حزب كونسرتسيون في تشيلي واللقاء (Encuentro) في أوروغواي مع خصومهما العقائديين والتاريخيين.

مع ذلك فثمة اتجاه على صعيد المنطقة ينحو نحو الاستخدام المتزايد للانتخابات الأولية العلنية كوسيلة لطرح المرشحين، وهو من المؤثرات السلبية في رأيي، ويعد جزء من دعم الوكالات الأميركية للديمقراطية، الذي كان متمثلاً في الاعتقاد بأنه من "الأفضل من الناحية الديمقراطية" أن يتم تسمية المرشحين في انتخابات أولية علنية، مع رفض ما يطرح من باب السخرية من إنه اختيار من جانب "رؤساء الحزب" في داخل القاعات المجلَّلة بسحب الدخان. وكما يقول باترسون فإن النتيجة تتمثل في إضعاف هياكل الحزب وتدعيم الدور الذي تقوم به ميديا الإعلام.

الأساليب التكتيكية للحملات

يكاد يصعب وصف الحملة الانتخابية لعام 1999 في شيلي، بأنها "ذات طابع أميركي" لأن الائتلافيْن ناضلا بلا هوادة في سبيل اكتساب الأرضية التقليدية التي كانت تدلل على نجاح الحملات في البلد المذكور منذ عقد الخمسينات للقرن العشرين. وهذه الأرضّية هي: الشوارع والتقنيات التي تميز الحملات الاحترافية في أميركا وفي غربي أوروبا (حتى المستشارون كانوا هم أنفسهم) ولكن المنطلق الأساسي ظل يتمثل في القدرة على تعبئة ناشطي الحزب أو"المتطوعين" لعقد الاجتماعات الجماهيرية وتغطية كل جدار وكل عمود إنارة وكل حيز عام بالملصقات، أو مجرد رسمها مشفوعة بأسماء المرشحين. أما مناضلو القواعد الشعبية (Grassoots Gladiators) الذين يفتقدهم بوتنام (Putnam) في الحملات بالولايات المتحدة (2000: 37) فقد ظلوا قطباً محورياً في الحملات التي شهدها المخروط الجنوبي.

قد يشارك المرشحون في مناظرات معقودة على مسرح الوسائل الإعلامية، ولكن لم يكن هناك شيء يحل محل اجتذاب التجمعات الجماهيرية أو جاذبية زيارات المرشحين إلى القرى وإلى الأحياء الحاشدة بالسكان: هنالك تصبح الحملة هي اللعبة الوحيدة بين البشر، وبالمعنى الحرفي للغاية حيث يبلغ الأمر حد تسويق منتجات المحلات التجارية التي تحمل مواضيع انتخابية وتعرض لأهميتها بالنسبة إلى الحياة الاجتماعية.

يصدق هذا بالذات في حالة شيلي، وهي البلد الوحيد في أميركا اللاتينية الذي لا يضم كرنفالاً احتفالياً، بل إن أنشطة الحملات هي الأقرب في تجربة الناس إلى حفل يقام في الشارع. وفي حملة 1999 – فإن لافين (Lavin) وهو مرشح التحالف من أجل تشيلي عن يمين الوسط تجنّب المشاركة في المناظرات العامة، ولم يقبل سوى مواجهة تلفزيونية مع لاغوس مرشح كونسرتسيون. وبدلاً من ذلك فمن حزيران/ يونيو 1999 فصاعداً واصل جولاته في المقاطعات وفي كل زيارة إلى قرية كان يسبقه أعمال تحضيرية واسعة النطاق تقوم بها جماعة متقدّمة من الناشطين، إضافة إلى فرق موسيقية مما يتيح للمرشح أن يكون وصوله عبارة عن حفل كرنفالي حيث يتم التسجيل بالفيديو بصورة احترافية مع التصوير الفوتوغرافي وبعد ذلك تقدّم الصور مجاناً إلى الجماهير.

مع ذلك فإذا ما كان لنا أن نميز بين الحملات الاحترافية وتلك التقليدية والحملات التي تشهد جهداً مكثفاً، فلاشك أن الحملة أليانزا (Alianza) هي الاحترافية بكل معنى، إذ كانت تتسم أيضاً بطابع شخصي واضح ويديرها استشاريون سياسيون، وكانت تستخدم على نطاق واسع أساليب التسويق عن بُعد والإحالة إلى المواقع الشبكية واستطلاعات الرأي العام، والجماعات المحورية، وتنجح في التماس السيطرة على التغطية

الإعلامية. لكن سيكون من الخطأ التعامل مع الحملة على أنها مجرد جهد كثيف لاستخدام رأس المال. فقد تعلمت أليانزا من التجارب السابقة عندما كان ناشطو كونستسيون يسيطرون على الشوارع. وفي هذه المرة ناضلت الحملة المذكورة على الأرض أيضاً، ولكونها عجزت عن تعبئة ناشطي الحزب فقد اعتمدت على أعداد كبيرة من "المتطوعين" الشباب المدفوعي الأجر، الذين كانوا يرافقون المرشح في جولاته المتواصلة، ويقفون عند مفترق الطرق في مراكز المدن يلوحون بإعلام الحزب الزرقاء ويناولون المنشورات للسائقين والعابرين. بينما كان الأفراد المستأَجرون يحرسون الجدران التي كانت محل الرسومات الدعائية أو يضعون هذه الدعايات على جوانب الطرقات المزدحمة. ثم كان هناك الجولات من بيت إلى آخر وهو أسلوب تقليدي لحملات كونسرتسيون وظلت محل تقليد بواسطة المتطوعين(*) المستأجرين الذين كانوا يزورون كل موقع في الأحياء المنخفضة الدخل.

من الناحية الأخرى كانت حملة كونسرتسيون تؤكد في أسلوبها على مسألة الزيارة لبيت بعد بيت إضافة إلى تنظيم المواكب بالسيارات والاجتماعات المحلية التي كانت تضم الفرق الموسيقية، والعروض التي يقدمها الفنانون المحليون، وتنظيم الألعاب للأطفال، وترتيب مباريات الشطرنج، وتقديم خدمات مجانية من جانب المؤيدين. فضلاً عن إسداء

(*) كان هناك أساساً عدد من الشباب غير الملتحقين بعمل وهؤلاء قابلناهم عند مفترق طرق في سنتياغو وادعوا أنهم يتقاضون 10 دولارات يومياً إضافة إلى صندوق غداء من أجل أن يرتدوا القمصان التي تحمل شعار ألينوا ويلوّحون بالرايات ويسلمون سائقي السيارات المنشورات وكانوا يبدون مهندمين ومنفرجي الآسارير. وفي مدينة كونسبسيون كان الثوار من شباب الجناح اليساري يعترفون مع الحرج بأنهم كانوا يستكملون دخلهم المادي بحراسة دعايات أليانزا ليلاً.

النصائح القانونية والطبية والاجتماعية وخدمات حلاقة الشعر، بل وخدمات قراءة الطوالع. وبمعنى آخر فإن كونسرتسيون أطلقت قواتها من المشاة بينما كانت حملة لافين هي الأكثر احترافية وهي الأكثر استخداماً فعالاً لأسلوب التسويق السياسي. إلا أن كلا من المرشحين عمد إلى استخدام الخبراء والمستشارين والبرامج المتلفزة والجماعات المحورية وكل أداة للتسويق السياسي.

وفي تشيلي تقّيد التشريعات السارية الإعلانات الانتخابية المذاعة على التلفزيون بحدود إعلانين كل يوم حيث يقدمان مجاناً وفي وقت واحد وعلى جميع المحطات. لكن لا يوجد مثل هذا القيد في الأرجنتين حيث يجري اتباع تقنيات التسويق إلى حد كبير على نحو ما شهدته الحملات الرئاسية والبرلمانية لعام 1999.

وفي حالة الأرجنتين فإن المنافسين الرئيسين على الرئاسة كان أولهما الرئيس القادم للعمل عن حزب العدالة (أو البيروني) ويمثله إدواردو دوهالدي (Eduardo Duhalde) وتحالف العدالة والعمل والتعليم واختصاره أليانزا وهو تحالف ليسار الوسط من الحزب المدني التقليدي، ثم ائتلاف اليسار فريباسو (Frepaso) الذي طرح اسم فرناندو دو لاروا (Fernando De La Rúa) مرشحاً.

وكلا المرشحين خاضا حملة احترافية. وكما كان الحال في تشيلي فإن هذا التركيز على التسويق السياسي كان يمضي جنباً إلى جنب مع الاحتفاظ بالتجمعات الجماهيرية وجولات المرشحين في القرى والأقاليم. ومع ذلك فهذه الحملات التي ضمت العدد الكبير من الأفراد كانت تدار بشكل أفضل من جانب الأحزاب المتنافسة على أساس شبكة إقليمية عبر البلد، وهي حزب البيرونيين والتجمع المدني بأفضل مما فعل فريباسو الذي

تمثلت قوته الرئيسية بين المثقفين والطلاب والمهنيين من الطبقة الوسطى.

الاستشاريون السياسيون وخبراء استطلاع الرأي العام

العودة إلى الديمقراطية في المخروط الجنوبي واكبها نشوء فئة مستطلعي الرأي العام والاستشاريين السياسيين. وفي بعض الحالات تحرك خبراء التسويق في ميدان السياسة وبدأوا في إسداء المشورة لأحزاب اليمين، وفي حالات أخرى كان ثمة ناتج فرعي عن عملية التحوّل إلى الديمقراطية، وجاء متمثلًا في نشوء هذه الفئة من مستطلعي الرأي العام والاستشاريين كما هو الحال بالنسبة إلى غراسيّلا رومنر (Graciela Romner) في الأرجنتين وموري (Mori) وسيرك (CERC) في تشيلي وإكيبوس - موري (Equipos- Mori) في أوروغواي.

في حملة الأرجنتين الرئاسية لعام 1991 كان أكبر استشاريين سياسيين دوليين قد تم استخدامهم بواسطة دو لاروا ودوهالدي حيث استأجر الأول ديك موريس، في حين أن الثاني استفاد من مشورة جيمس كارفيل (James Carville) أولاً، ومن بعد ذلك أصغى إلى نصيحة البرازيلي دودا ميندونسا (Duda Mendonca) ومع ذلك فكلتا الحملتين استفادتا من خبراء التسويق السياسي المحليين ومعهم الاختصاصيون في مجال طرح الصورة، وأيضاً في مجال استطلاع الرأي العام.

الاستشاريون السياسيون الأجانب وخبراء التسويق المحليون كانوا كذلك مستخدمين في الحملات الانتخابية التي شهدتها شيلي، ذلك لأن لافين مرشح يمين الوسط كان مستشاره بورنو هارنغ (Bruno Haring) الذي يتخذ مقره في بورتوريكو، وشملت حملته أكبر مستطلعي الرأي المحليين. أما الكونسرتسيون من يسار الوسط فقد تواصلوا مع العديد

من الخبراء الاستشاريين السياسيين الأجانب، بمن فيهم جاك سيغويلا (Jacques Seguela) وإريك فيلمون (Eric Filmon) والمستشارين الألمان المرتبطين بالاتحاد الديمقراطي المسيحي والاتحاد الاجتماعي المسيحي. ولكن هذا كان له قيمة محدودة، لأن المشورة من جانب المستشارين الفرنسيين لم تكن تتوافق إلا بالكاد مع تلك المقدمة من جانب زملائهم الألمان.

الاستشاريين الأجانب لم يقوموا بدور ملموس في انتخابات الأوروغواي عام 1999، حيث كان يقود الحملات مباشرة المرشحون أنفسهم. وإن أي مشورة من جانب الاستشاريين ومستطلعي الرأي المحليين كانت تقدّم مباشرة إلى المرشحين الذين بوسعهم اتخاذ قرارات الحملة. وإن أي فرد معين بوصفه مديراً للحملة كان أقرب إلى صفة مساعد للمرشح وليس صانعاً للقرار(*). وخلال التسعينات استقر الأمر للاستعانة بالعديد من خبراء استطلاعات الرأي المحليين في الأوروغواي (Equipos-Mori, Cifra, Interconsult, Factum and Radar). وفيما يفضل البعض الابتعاد عن السياسة، فإن أكبر جهتين في هذا الصدد عمدتا إلى توسيع أنشطتهما بما يغطي مجال التسويق السياسي. وفي انتخابات عام 1999 قدمت مؤسسة سيفرا (Cifra) استطلاعات الرأي وأسدت المشورة إلى مرشح اليمين جورجي باتلي بينما قدمت إكيبوس - موري المشورة إلى مرشح يسار الوسط تاباري فزكوكيز.

في تشيلي ثمة تشكيلة واسعة من خبراء الاستطلاعات والاستشاريين، ولكن ينظر إليهم، على نحو أو آخر، باعتبارهم مرتبطين بصورة وثيقة مع الائتلافات السياسية الرئيسية. وفي حملة 1999 الرئاسية ظهرت

(*) مقابلة مع الرئيس إكيبوس - موري بتاريخ 20 كانون الأول/ ديسمبر 2001.

عدة شركات بدت أنها مرتبطة باليمين، لا بل كانت مملوكة أو مدارة بواسطة ساسة معروف انتماؤهم للجناح اليميني، من مثل ما هو الحال بالنسبة إلى لارين (Larrain) وأسوسيادوس (Asociados) وبنشمارك (Benchmark) وأتيل (Atel) وبرودكوتورا (Broductora 2000). وهناك عدد أصغر من الشركات بدت وكأنها مرتبطة مع كونسرتسيون أو حتيقد نشأت كنتيجة عن حملاتها السابقة، ومنها ,ADE, Caditel Vision Conunicaciones and TVCiro. أما المؤسسات الأخرى فهي مراكز للدعم الأكاديمي ومنها مركز الدراسات سيرك الذي يقوده كارلوس هونيوس (Carlos Huneuus) الذي تعني عضويته للحزب الديمقراطي المسيحي، أن مركزه ينظر إليه على الأقل بوصفه أقرب ما يكون إلى كونسرتسيون. وينطبق الشيء نفسه على الفرع المحلي لمؤسسة موري، التي تقودها مارتا لاغوس (Marta Lagos)، وبرغم حقيقة أن هذه المؤسسة تشكل القاعدة الرئيسية للاستقصاءات لاتينوبارومترو، إلا أنها تتسم بحرفية عالية.

لم يكن عجيباً والحالة هذه أن مستطلعي الرأي العام في إطار حملة 1999 الرئاسية، ومنها مؤسسة بنشمارك لعبوا دوراً رئيسياً في تقديم الاستقصاءات ونتائج الجماعات المحورية لصالح حملة اليمين. ولكن كونسرتسيون من الناحية الأخرى كانت تعتمد تماماً على استطلاعات الرأي والجماعات المحورية التي كان يقودها بصورة خاصة الخبراء من داخلها. ولم تكن نتائجهم يُكشف عنها قط ولكنها بدت وكأنها قد ضللت بصورة خطيرة المرشح الرئاسي ريكادو لاغوس وحملته إلى حد أن يتصور أنه سوف يكسب الجولة الأولى في 12 كانون الأول/ ديسمبر بنسبة عشرية كبيرة. بينما كان معظم مستطلعي الرأي يقترحون نتيجة أقرب بكثير إلى ما حدث بالفعل وهو ما جعل من الضروري أن يخوض جولة ثانية بعد شهر واحد.

الميديا

القرائن المستقاة من الديمقراطيات الجديدة في أميركا اللاتينية تتيح دحض أي تصور معياري ينسب "مهمة ديمقراطية" إلى وسائل الإعلام أو يدعي أن خصائص الاستقلال والتعددية تنطبق بالضرورة على الإعلام في الديمقراطيات الليبرالية. وبحكم التعريف فإن الميديا الإعلامية المستقلة لديها الحرية في أن لا تكون تعددية، بل إن المحاولات التي تبذل للضغط في سبيل التعددية ربما تعوق في بعض الحالات استقلال الميديا الإعلامية ذاتها. وفي معظم مجتمعات أميركا اللاتينية التي تعاني من حالة اللامساواة، فإن ملكية الصحف والسيطرة عليها، وكذلك سائر وسائل الإعلام تعكس المستوى المرتفع لتركيز الثروة: جماعات اقتصادية قوية تضم بين الأصول التي تمتلكها كبريات الصحف ومحطات التلفزيون والراديو. وخلال فترات الحكم السلطوي كانت هذه الوسائل الإعلامية بغير استثناء تؤيد الحكام وتفيد من الإعلانات بل وأيضاً من الدعم المقدم من الدولة[*]. وكانت المفارقة الوحيدة بالنسبة إلى سلطاتها خلال الفترات الانتقالية التي شهدت دعماً خارجياً للقوى الديمقراطية أنها ساعدت ومولت وسائل إعلامية بديلة ولكن عندما جرى النظر إلى العملية الديمقراطية وكأنها قد تم تدعيمها اختفت سبل التمويل الخارجي ومن ثم اختفت تلك الوسائل الإعلامية البديلة.

كانت تشيلي حالة واضحة من حالات التناقض بين الاستقلال

(*) جريدة الموركوريو اليمينية في شيلي كوفئت بواسطة ديكتاتورية بينوشيه حتى في أيام بينوشيه الأخيرة في منصبه حيث أعيد تمويل ديونها ثم تخفيضها بما كلّف الدولة مبلغ 12 مليون دولار (Cortes 1998: 563) .

الإعلامي والتعددية الإعلامية: كان هناك مجموعتان اقتصاديتان كبيرتان وهما **الموركوريو** (*El Mercurio*) و**كوبيسا** (*Copesa*) وكانتا تسيطران على الصحف الرئيسية وتعملان على تقسيم قوى جماهيرية منقسمة أصلاً بين هاتين المطبوعيتين حيث كانت **الموركوريو** تتوجه نحو الشرائح العليا إلى الوسطى من المجتمع بينما كانت **لاترسيرا** (*La Tercera*) الصادرة عن **كوبيسا** تتوجه نحو الفئات الوسطى إلى الفئات الدنيا على المستوى الاجتماعي الاقتصادي. ولأن هاتين المجموعتين كانتا تؤيدان النظام العسكري، ففي عام 1987 قام العديد من الديمقراطيين المسيحيين - بدعم من غرب أوروبا - بتأسيس صحيفة يومية بديلة بعنوان **لاإيبوكا** (*La Epoca*). ومع ذلك فلم يقدر لهم أن يحققوا توزيع 70 ألف نسخة يومياً وهو المطلوب لجعل المسألة مشروعاً اقتصادياً ناجحاً. ورغم أن صحيفة **لاإيبوكا** لعبت دوراً مهماً خلال الفترة الانتقالية لكن ما إن تم انتخاب الرئيس باترشيو ألوين (Patricio Aylwin) وتولى منصبه في عام 1990 حتى ساءت الأحوال بالنسبة إلى الصحيفة المذكورة وكانت الحكومة الديمقراطية قد التزمت بعنصر التعددية الذي حال بينها وبين التحيز لصالح **لاإيبوكا** باعتبار أن الديكتاتورية كانت متحيزة لصالح **الموركوريو**. وفي واقع الأمر فإن الموركوريو ولاتريسا انتعشتا بعد أن استقر أمر الديمقراطية. وبحلول عام 1996 سيطرت **الموركوريو** على نسبة 61,6 في المائة من جميع إعلانات الصحف في حين كان نصيب **لاترسيرا** هو 14,4 في المائة بينما لم تتلق **لاإيبوكا** سوى نسبة 1,4 في المائة ومع تجفيف منابع الدعم الخارجي لصالح **لاإيبوكا** فإن جزءاً من أسهمها بيع إلى **كوبيسا** ثم أغلقت الصحيفة المذكورة أبوابها في عام 1996.

الجدول 2.7

عنصر التفضيل في تغطية حملتي المرشحيْن لاغوس ولافين في صحيفة الموركوريو وصحيفة لاترسيرا في فترة الأسابيع الأربعة من 12 تشرين الثاني/ نوفمبر إلى 9 كانون الأول/ ديسمبر لعام 1999

	تغطية التأييد			
	الأسبوع 1	**الأسبوع 2**	**الأسبوع 3**	**الأسبوع 4**
El Mercurio				
Lagos	-7	-11	-13	-7
Lavin	-3	+5	+3	-1
La Tercera				
Lagos	-5	+1	-3	-8
Lavin	-7	-5	-2	+5

ملحوظة : اتجاه كل بند من بنود الحملة مقسم كما يرد في Patterson (116-117 :1994) مع استبعاد البنود المحايدة ويعرض الجدول توازن البنود السلبية والإيجابية.

وقد أوضحت الحملة الرئاسية لعام 1999 واقع تحيز الصحيفتين الرئيسيتين في شيلي. ويعرض الجدول 2.7 نتائج تحليل مضمون لتغطية المرشحين الرئيسيين في صحيفة **الموركوريو** وصحيفة **لاترسيرا** في الأسابيع الأربعة السابقة على يوم الاستطلاع. وكانت صحيفة **الموركوريو** الكبرى تحافظ على تغطية سلبية متواصلة للمرشح لاغوس في حين كان هناك تغطية أكثر تأييداً لمرشح اليمين لافين. أما صحيفة التابلويد **لاترسيرا** فقد اتخذت

خطاً مختلفاً بدأ بتغطية أقل سلبية نسبياً عن لاغوس في الأسبوع الأول ثم تحوّلت إلى رأي متوازن في الأسبوع الثالث واختتمت بتأييد ثابت لصالح لافين وضد لاغوس في الأسبوع السابق على يوم الاستطلاع. وهذا أمر له دلالته باعتبار أن الاستطلاعات المحلية أشارت إلى أن نسبة 20 في المائة من الناخبين توصلوا إلى قراراهم خلال الأسبوع السابق على الانتخاب وأن معظمهم كانوا من الشرائح الوسطى إلى الدنيا التي كانت تخاطبها صحيفة **لاترسيرا**.

وبرغم أن تشيلي مجتمع يشهد توزيعاً مرتفعاً نسبياً للصحف (انظر الجدول 3.7) إلا أن الصحف لا تلعب دوراً محورياً في التأثير على السكان؛ فالجدولان 4.7 و5.7 يوضحان أنه وقت انتخابات 1999 كان معظم أهل تشيلي يثقون في التلفزيون والإذاعة بأكثر مما يثقون في الصحف، ومن ثم يعتمدون بما يقرب من الضعف على الوسائل الأولى بدلاً من الأخرى بالنسبة إلى الأخبار. وهذه الحالة تغيرت بعد أن حدث انخفاض ملموس في الثقة بالتلفزيون وهو اتجاه ملاحظ في جميع أنحاء المنطقة. ويمكن تفسير ذلك إلى حد كبير كنتيجة للتنوع ثم الطابع التجاري الذي اتسمت به الإذاعات المتلفزة بسبب التوسع في تحرّرها من اللوائح فضلاً عن التوسع السريع في التلفزيون بالكابل أي بالاشتراكات. وعلى النقيض من ذلك تلعب الصحف دوراً مهماً حيث استطاعت أن تحقق تنوعاً وتعددية بفضل حالات التنافس بين الجماعات الاقتصادية كما يحدث مثلاً في الأرجنتين والبرازيل حيث تبين لاتينوبارومترو باستمرار ارتفاع الثقة في الصحف أكثر من التلفزيون.

وقد أوضحت الحملات الانتخابية الأخيرة آثار تلك الاختلافات؛ ففي الأرجنتين انقسم التأييد للمرشحين الرئيسيين في انتخابات 1999

الرئاسية بين الصحيفتين الرئيسيتين، حيث كانت صحيفة **كلارين** (*Clarin*) تؤيد دو لاروا فيما تؤيد صحيفة **لانسيو** (*La Nación*) دوهالدي بينما كان التلفزيون مفتوحاً أمام كل من المرشحين ليشتري الإعلانات.

بالنسبة إلى الانتخابات الرئاسية في تشيلي كان الميدان في تلك السنة متساوياً إلى حد لا ينكر؛ فمرشح اليمين، وهو لافين، كانت تؤيده بقوة كلتا مجموعتي الصحف الرئيسية ولكن بموجب التشريعات الانتخابية في تشيلي لم يكن مسموحاً بنشر إعلانات متلفزة. وبدلاً من ذلك كان مطلوباً من محطات التلفزيون أن تقدّم إعلانين يومياً مدتهما 15 دقيقة وبالمجان وبالاشتراك بين جميع المرشحين على أن يذاع هذا كله في وقت واحد وعلى جميع المحطات. لكن هذا لم يحل دون استغلال النشرات الإخبارية في التلفزيون لتغطية الحملات. وعلى أساس يومي كان أفراد حملة لافين يزودون جميع محطات التلفزيون بشرائط الفيديو مجاناً رغم تكلفة إنتاجها الباهظة لكنها كانت تصور أنشطة مرشحهم. وفي الوقت نفسه كان صحفيو التلفزيون وطواقم المصورين الذين يغطون حملة لافين تهيأ لهم سبل النقل مجاناً وتقديم الوجبات ومرافق الإقامة. وحتى في الحالات التي شهدت مقاومة أساسية فبعد فترة أصبح مذيعو التلفزيون وأطقم التصوير يعتمدون على هذه الضيافة السخية ويجدون أن من السهل التركيز على المقاطع الصوتية التي تُستقى من موظفي الحملات وعلى "المواد التي تَجمع بين الجانب الخبري والجانب الترفيهي التي يقدمها المرشح حين يرتدي ملابس محلية زاهية ويتقاسم وجبة أو يمضي الليلة في ضيافة إحدى العائلات المحلية"(*)

(*) مقابلة مع أحد كبار منسقي حملة لافين بتاريخ 4كانون الأول/ ديسمبر 2001 بالنسبة =

الجدول 3.7

توزيع الصحف اليومية وامتلاك أجهزة التلفزيون في الأرجنتين والبرازيل وكولومبيا وتشيلي والمكسيك وإسبانيا في عام 1999

	العدد لكل 1000 من السكان					
	الأرجنتين	البرازيل	كولومبيا	شيلي	المكسيك	إسبانيا
الصحف المباعة	123	40	46	98	97	99
أجهزة التلفزيون	223	223	115	215	272	409

المصدر: اليونسكو، الحولية الإحصائية، 1999.

الجدول 4.7

الثقة في الكونغرس (البرلمان) وفي الميديا في أمريكا اللاتينية 2004–2001

	النسبة المئوية للمستجيبين " كثير من" أو "بعض" الثقة							
	الكونغرس		التلفزيون		الراديو		الصحف	
	2001	2004	2001	2004	2001	2003	2001	2004
الأرجنتين	17	21	40	29	59	45	53	40
البرازيل	23	35	39	34	50	50	51	53
كولومبيا	14	24	51	39	50	41	40	41
شيلي	33	30	69	40	69	49	60	40
المكسيك	25	23	54	28	50	48	44	42
بيرو	23	14	50	33	49	40	39	30
أوروغواي	46	30	55	39	66	52	54	39

= إلى مفهوم الخلط بين المعلومات والترفيه انظر (Noris 2000: 13) .

فنزويلا	37	31	53	38	56	33	52	36
أميركا اللاتينية	24	25	49	38	51	41	46	40

المصدر: Latinobarómetro, 2001, 2003 and 2004.

ملاحظة :السؤال لم يكن مدرجاً في استقصاء 2004.

الجدول 5.7

عدد الأيام في الأسبوع السابق عندما قام المستجيبون بقراءة - سماع - مشاهدة الأخبار في الصحف اليومية أو في الراديو أو من التلفزيون (متوسطات)

2001-2004

	الصحف اليومية		الراديو		التلفزيون	
	2001	2004	2001	2004	2001	2004
الأرجنتين	3.83	3.15	5.66	5.63	5.28	5.44
البرازيل	3.90	3.45	5.45	4.79	5.66	5.15
كولومبيا	2.68	2.55	5.01	4.26	5.43	4.63
شيلي	3.32	3.52	5.40	4.92	5.60	5.35
المكسيك	4.08	3.40	4.32	4.58	5.00	4.91
بيرو	4.01	3.55	4.89	4.96	5.30	4.74
أوروغواي	3.44	2.96	5.92	6.04	5.37	5.83
فنزويلا	4.59	3.66	4.72	4.38	5.31	4.73
أميركا اللاتينية	3.86	3.37	5.04	4.88	5.16	4.89

المصدر: Latinobarómetro, 2001and 2004.

لم يستطع لاغوس مرشح يسار الوسط وهو الفائز في نهاية المطاف أن يضاهي هذا السخاء، بجانب أن لم يكن متاحاً لديه إمكانية التمويل على نحو ما فعل لافين، ولهذا فإن لاغوس لم يكن ليفوز بتأييد في صفوف الجماعات الاقتصادية التي تمتلك محطات التلفزيون ولا كان بوسعه أن يعتمد على قناة الدولة باعتبار أن القناة كان يديرها مجلس وعدد متساو من الممثلين من كل جانب من أجل ضمان حيادتها. ومع ذلك فإن مشكلته الرئيسية لم تكن عند مستوى السيطرة على هيئات التحرير ولكن عند المستويات الأقل في إدارة الأنباء وزوايا الكاميرات التي تم اعتمادها لنقل خطاب في حفل جماهيري أو نقل المقاطع الصوتية من أحاديث المرشح بدلاً من الخلافات بشأن السياسة أو غير ذلك من مصادر الحراك.

ويمكن القول بأن لاغوس الذي فاز برغم هذه السلبيات في حملته أثبت أن هذه الأمور لم تكن مهمة في الحقيقة. ولكن النجاحات الانتخابية المرموقة لهذا اليمين الجديد الذي طهر نفسه من علاقاته مع بينوشيه توضح أن الإعلام له أهميته، خاصة في بلدان تضم صحفاً ذات توزيع مرتفع وإمكانية لمشاهدة التلفزيون. ويوضح الجدول 3.7 أن الأرجنتين وتشيلي والمكسيك لديها أرقام توزيع للصحف مقارنة بصحف إسبانيا وربما أعلى منها، رغم أن إسبانيا بلد يشارك في مستويات التوزيع مع إيطاليا وأستراليا، وينطبق الشيء نفسه على التلفزيون باعتبار أن نسبة 97 في المائة من البيوت في تشيلي يتاح لها التلفزيون.

في عام 1999 بدا ذلك معززاً بفضل الثقة والاعتماد على التلفزيون على نحو ما كان عليه الحال في تشيلي والأوروغواي كما يتبين في الجدولين 4.7 و5.7 حيث وجدت مؤسسة لاتينوبارومترو أن البلدين في ذلك

الوقت كانا يضمان مستويات عالية من الثقة السياسية(*) إضافة إلى الثقة في التلفزيون مع اعتماد على الوسيلة الإعلامية المذكورة لاستقاء الأنباء وعلى مستوى أعلى من المتوسطات الأخرى في أميركا اللاتينية. وكما يبين الجدولان أيضاً فالثقة في التلفزيون مالبثت أن انحسرت بشكل واضح منذ ذلك الحين.

أموال الحملات

تم إنفاق مبالغ كبيرة من الأموال في الحملات التي شهدتها الأرجنتين وشيلي. وفي ذلك الوقت، وكما هو الحال في معظم أميركا اللاتينية، لم يكن في أي من هذين البلدين تشريعات تنظم الإنفاق على الحملات الانتخابية أو تتطلب الشفافية في تمويل تلك الحملات(**) بل كان هناك اختلافات واضحة في الموارد المتاحة للأحزاب والمرشحين؛ ففي الأرجنتين تقدّم الدولة التمويل للأحزاب استناداً إلى نتائجها الانتخابية السابقة: في عام 1999 تلقت المحالفة مبلغ 23,3 مليون دولار من الدولة وتلقى حزب العدالة مبلغ 18,5 مليون دولار. ولكن المصادر في مقر كل من الحملتين وافقت على أن هذه الأموال غطت فقط نسبة صغيرة من التكاليف(***) وفي تشيلي كان متاحاً لدى مرشح اليمين، وهو لافين، تمويل واسع النطاق وتأييد من جانب مجموعات الدوائر التجارية القوية. وقبل أسابيع من الجولة الانتخابية الأولى ادعت الصحف المحلية أن حملة لافين توقعت تكاليف تصل إلى مبلغ 52 مليون دولار، وأن ممثله لم ينكر هذا الرقم.

(*) يتبع المؤلف الخط الذي طرحه نيتوون (Netwon 1999) في استخدام الثقة في الكونغرس الوطني باعتبارها أفضل مؤشر مقارن للثقة السياسية.

(**) كلا البلدين أصبح لديه الآن تشريعات سارية تسعى إلى تقييد الإنفاق على الحملات.

(***) **لانسيو** (*La Nación*)، 8 أيلول/ سبتمبر 1999.

وبعد الجولة الثانية قدر المحللون إجمالي نفقات حملة لافين بما يقرب من 120 مليون دولار(*). أما تكاليف حملة لاغوس فكان متوقعاً لها في الأصل أن تصل إلى مبلغ لا يتجاوز قدراً متواضعاً وهو 9 ملايين دولار. ولكن عضواً قيادياً في الكونسرتسيون قدّر الإنفاق بأنه وصل إلى 40 مليون دولار مع الجولة الثانية (**).

تختلف الحالة نوعاً ما بالنسبة إلى الحملات البرلمانية، برغم أن هناك مبالغ دعم من جانب الدولة كما هو الحال في الأرجنتين. ولكن هذه المبالغ برغم محدوديتها تكفل درجة من تركّز الحملة في يد الأحزاب السياسية. وفي تشيلي حيث لا توجد مبالغ دعم من هذا القبيل فإن تمويل الحملات البرلمانية ليس مركزياً. وعلى المرشحين أن يلتمسوا تدبير نفقاتهم باعتبارهم يمارسون نشاطاً مكلفاً. وفي انتخابات 2001 البرلمانية أشير على مرشحي كونسرتسيون بألا يفكروا في الترشيح إلا إذا كانوا يستندون إلى مبلغ 70 ألف دولار في حالة الذين يطمحون إلى مجلس النواب، وإلى نصف مليون دولار في حالة مرشحي مجلس الشيوخ، فيما ادعت مصادر المعارضة من ناحية أخرى أن هذا كان بحد ذاته دون المطلوب بكثير بل إن المرشحين الذين فشلوا في أن يرشحهم الحزب المسيحي الديمقراطي في الجولات الاستهلالية وجدوا أن الأمر ينطوي على ممارسة مكلفة: واحد منهم ذكر أنه أنفق 25 ألف جنيه استرليني في حملته بينما ادعى المرشح المهزوم في مدينة كونسبسيو الجنوبية أنه أنفق ضعف هذا المبلغ.

(*) هذا الرقم تأكد ضمناً للمؤلف بواسطة منظمي حملة لافين الذين وصفوه قائلين أنه كان ضعف وليس ثلاثة أضعاف ما أنفقته حملة لاغوس.

(**) هذا الرقم تأكد ضمناً للمؤلف بواسطة منظمي حملة لافين الذين وصفوه قائلين أنه كان ضعف وليس ثلاثة أضعاف ما أنفقته حملة لاغوس.

أثر التقنيات الجديدة للحملات

الحملات التي تمت مؤخراً على صعيد المخروط الجنوبي أوضحت وجوداً متزايداً للتقنيات الاحترافية إضافة إلى ظاهرة مماثلة لوحظت في حالات أخرى في أميركا اللاتينية، بل إن مثل هذه التقنيات لعبت دوراً رئيسياً في انتخابات 2001-2000 في المكسيك وبيرو وفنزويلا. ومع ذلك ففي المخروط الجنوبي كان وجودها يمضي جنباً إلى جنب مع اعتماد متواصل على التقنيات الكثيفة الاستخدام للعمالة.

كما أن وجود تقنيات حديثة في عملية التسوق السياسي لا يدلل بحد ذاته على مهنية الحملات. فبرغم أن الائتلافات الرئيسية في الأرجنتين وتشيلي توسعت في استخدام عمليات التسويق السياسي في عام 1999 إلا أن حملاتها جاءت مختلفة تماماً من ناحية الإدارة وعمليات صنع القرار واستخدام الخبراء والاستشاريين.

ففي تشيلي كان لدى الائتلافين الرئيسيين أفرقتهما المحترفة لإدارة الحملات، واستخدما خبراء أجانب، ولكنهما حرصا على تحجيم هؤلاء الخبراء، وكانت القرارات تتخذ أحياناً بواسطة الخبراء المرتبطين بالأحزاب التي تشكل كل اتجاه. ولكن في كثير من الأحيان كان صانعو القرار يرتبطون بصورة وثيقة مع المرشحين أنفسهم؛ ففريق حملة لافين كان يتألف من شباب المهنيين في الثلاثينات أو الأربعينات من العمر ممن كان رصيدهم الرئيس هو مدى اقترابهم من المرشح لافين، وكان متاحاً لهم التواصل مع خبراء التسويق السياسي مثل برونو هارنغ الذي تكونت لديه خبرة واسعة النطاق بالحملات الانتخابية في الولايات المتحدة وإن جاءت القرارات متوقفة على موظفي الحملة أنفسهم.

من ناحية أخرى فإن حملة يسار الوسط في تشيلي لم تكن مختلفة كثيراً عن نظيراتها. وفيما كانت عملية صنع القرار موكلة إلى مجموعة من القادة المنتمين إلى أحزاب كونسرتسيون فهولاء كانوا مختارين بحكم اقترابهم من المرشح الذي كان كثيراً ما يتدخل للتحكيم في المنازعات أو لاتخاذ مبادرات. أما موظفو الحملة فكان يتاح لهم الاطلاع على البيانات المعقدة والتحليلات الواردة من مراكز الفكر ومواقع استطلاع الرأي حيث كانوا يعرضون نشرات يومية تتنبأ بالصراعات المحتملة التي يمكن أن تؤثر على الحكومة ومن ثم على الحملة، إضافة إلى تحليلات الحملات المنافسة. فضلاً عن النتائج المتأتية من الاستقصاءات والجماعات المحورية. مع ذلك كانت القرارات تتخذ بواسطة فريق الحملة فيما لم تكن مشورة الخبراء تلعب سوى دور هامشي خاصة في حالة الاستشاريين الأجانب. ويتضح هذا بجلاء في شكاوى سيغويلا المريرة بشأن نصائحه التي كانت تلقى التجاهل من جانب فريق حملة لاغوس (2000: 56-7) .

كان هذا مختلفاً عن حملة ائتلاف المعارضة من يسار الوسط في الأرجنتين الذي يعرف باسم أليانزا، حيث لم تكن الحالة هي نفسها. فمنذ عام 1999 كان الناخبون في الأرجنتين يختارون كذلك حكام المقاطعات وأعضاء الكونغرس الاتحادي وتلك عملية كان للأحزاب المحلية دور كبير فيها. ولكن عند مستوى الحملة الرئاسية، فقد عهدت الإدارة إلى مجموعة غير حزبية من شباب التكنوقراط الذين كان يشير عليهم ديك موريس وفريق من مستطلعي الرأي الاستشاريين المحليين وكانت تلك آلية مستخدمة بواسطة مرشح الرئاسة ديلاروبا لإبعاد نفسه عن الأحزاب التي تشكل ائتلاف أليانزا. أما صنع القرار بالنسبة إلى الحملة الرئاسية فكان تحت سيطرة مجموعة صغيرة من شباب التكنوقراط يقودهم أنطونيو

نجل ديلاروريا وتعرف محلياً باسم "جماعة سوشي"(*) وما إن تم انتخابه رئيساً حتي ظل ديلاروريا معتمداً على"جماعة سوشي" التي تم تعيين أفرادها كمسؤولين في الحكومة، فضلاً عن الاعتماد على الخبراء الاستشاريين السياسيين بدلاً من أحزاب تحالف أليانزا.

وقد أوضحت حملة الحزب الحاكم في الأرجنتين نمطاً مماثلاً. ولكن كانت الحالة أسوأ من جراء الصراع الحاد الذي اشتجر بين المرشح والرئيس منعم الذي عارض ترشيح دوهالدي وركز على التحضير لعودته شخصياً في عام 2003 ومن ثم فالحملة لم يعدها فريق سياسي واحد ولكن انقسمت بين فريقين(**). على أن الخبير السياسي جيمس كارفيل بذل قصارى جهده لكي يقنع المرشح بالحاجة إلى إدارة الحملة باستقلال عن هياكل حزب العدالة الذي سيطر عليه منعم. وبعد فترة ضاق كارفيل بحملة تعّين عليه فيها أن يحارب على جبهتين فكانت مغادرته في آب/ أغسطس 1999 مدعياً أن المرشح "كان مفرطاً في سماع كثير من الأجراس التي تدق في وقت واحد"(***).

الاستنتاجات

الحملات الانتخابية التي تمت مؤخراً على صعيد المخروط الجنوبي توضح وجوداً ملموساً للأسلوب الاحترافي في إدارة الحملات. وكثير من جوانب هذا الأسلوب تم طرحها نتيجة للصدمات أو الأحداث التي

(*) يقال أن ذلك بسبب تذوقهم للطعام الياباني.

(**) أعرب منعم عن ازدرائه إزاء دوهالدي من خلال إبلاغ مساعديه قائلاً: "أعطوه أي شئ يريد فسوف يخسر في كل حال" (*La Nación*, 7 Seprember 1999 Author's Translation).

(***) انظر: *Clarín*, 17 August 1999.

كانت إلى حد ما عناصر خارجة عن نطاق الأحزاب السياسية. لكن هذا الأسلوب الاحترافي في إدارة الحملات جاء مع ذلك مقترناً بالأساليب التقليدية والكثيفة الاستخدام للعمالة.

كذلك فإن احترافية الحملات نجم عنها أثر ملموس على بعض الأحزاب التي تبنّت كذلك منظمات انتخابية احترفية منافسة وكانت حملاتها تدار كاملاً بواسطة عناصر مهنية. إلا أن هناك جهات أخرى اعتمدت بعض الأساليب التقنية وإن أبقت حملتها تحت السيطرة السياسية واحتفظت بخصائصها التي تقوم على أساس جماهيري- بيروقراطي وكان لذلك أثر واضح على الأحزاب ذاتها وعلى الاستقرار السياسي على النحو الذي أظهرته اضطرابات كانون الأول/ ديسمبر 2001 وما أعقبها من زعزعة في الاستقرار السياسي في الأرجنتين.

كذلك أوضحت حملات المخروط الجنوبي أن الأسلوب الاحترافي لا يشكل عملية تسير في خط واحد مستقيم؛ فكما أن جميع الأحزاب اتبعتها بدرجات متفاوتة وعند مستويات مختلفة بالنسبة إلى قيادتها فإن بعض الحملات التي اتسمت بطابع احترافي شديد تعّين عليها أن تعتمد أيضاً تقنيات كثيفة الاستخدام للعمالة أو السعي إلى التماس بدائل تجارية.

المراجع

Angell, A., D'Alva, M., Kinzo, G. and Urbaneja, D. (1992) "Latin America", in D. Butler and A. Ranney (eds) *Electioneering. A Comparative Study of Continuity and Change,* Oxford: Clarendon.

Carothers, T. (1996) "The resurgence of US political

development assistance to Latin America in the 1980s", in L. Whitehead (ed.) *The International Dimensions of Democratization*, Oxford: Oxford University Press, 128-36.

Cortés, F. (1998) "Modernización y concentración: los medios de comunicación en Chile", in C. Toloza and E. Lahera (eds) *Chile en los noventa,* Santiago, Chile: Dirección de Estudios de la Presidencia de la República, 557-611.

Espíndola, R. (2002) "Professionalised campaigning and political parties in Latin America", *Journal of Political Marketing,* 1 (4) : 65-81.

Farrell, D. (1996) "Campaign strategies and tactics", in L. LeDuc, R. Niemi and P. Norris (eds) , *Comparing Democracies,* London: Sage, 160-83.

Hite, K. (2000) *When the Romance Ended. Leaders of the Chilean Left, 1968-1998,* New York: Columbia University Press.

Newton, K. (1999) "Social and political trust in established democracies", in P. Norris (ed.) *Critical Citizens,* Oxford: Oxford University Press, 169-87.

Norris, P. (2000) *A Virtuous Circle,* New York: Cambridge University Press.

Panebianco, A. (1988) *Political Parties. Organization and Power,* Cambridge: Cambridge University Press.

Patterson, T. E. (1994) *Out of Order,* New York: Vintage.

Pinto-Duschinsky, M. (1996) "International political finance. The Konrad Adenauer foundation and Latin America", in L. Whitehead (ed.) *The International Dimensions of Democratization,* Oxford: Oxford University Press, 227-55.

Putnam, R. D. (2000) *Bowling Alone. The Collapse and Revival of American Community,* New York: Simon & Schuster.

Séguéla, J. (2000) *Le Vertige des Urnes,* Paris: Flammarion.

Swanson, D. L. and Mancini, P. (eds) (1996) *Politics, Media, and Modern Democracy*, Westport: Praeger.

Worcester, R. and Mortimore, R. (2001) *Explaining Labour's Second Landslide,* London: Politico's.

الفصل الثامن

التحوّل الديمقراطي
والحملات الانتخابية في تايوان
(احترافية المحترفين)

غاري رونسلي

يهدف هذا الفصل إلى فهم الأسلوب الذي أدى فيه التحوّل الديمقراطي إلى تغيير ثقافة الانتخاب في تايوان، من خلال تحليل الاتجاهات السائدة في الحملات الانتخابية، وعمليات الاتصال في تلك الحملات منذ إجراء الانتخابات الرئاسية المباشرة الأولى في عام 1996[*]. وثمة مقارنة تفصيلية للحملات الرئيسية، وهي تتيح فرصة لتتبع مسار نضج الاتصال الانتخابي في سياق تحوّل شامل في النظام، من السلطوية إلى الديمقراطية، كما يوحي بأن أهمية الاتصال الانتخابي إنما تتوقف على أوضاع التحرر الاجتماعي والتحوّل الديمقراطي السياسي. فالإصلاحات الدستورية على سبيل المثال، أتاحت إجراء انتخابات متعددة الأحزاب من

(*) لا يقصد هذا الفصل إلى استقصاء شامل لحملة 2004 الانتخابية التي كانت دائرة عندما تم تقديم الطبعة الأخيرة ومن ثم فإن المواعيد الأخيرة للبحث والنشر سبقت المناقشة التفصيلية لهذه الانتخابات.

خلال التصويت المباشر عند كل مستوى من مستويات النظام السياسي في تايوان، بينما جاء تحرير وسائل الإعلام ليخلق مجالات عامة جديدة تتيح مزيداً من الشفافية والمساءلة بالنسبة إلى السياسيين. فضلاً عن تهيأة المزيد من الفرص أمامهم، كي يتواصلوا مع أنصارهم بطرق أكثر إبداعاً. وهذه التطوّرات معناها تزايد العنصر المهني في احتراف إدارة الحملات الانتخابية على نحو ما يتبدّى في الطريقة التي بات يتواصل بها المرشحون مع الناخبين ويحشدون مؤيديهم ويستجيبون إزاء التغيرات التي تطرأ على الرأي العام.

يذهب هذا الفصل إلى أن هذه النزعة المهنية تمثل عملية تحديث وتؤدي دوراً كعنصر مكمل وليس كبديل عن الطرق التقليدية للتواصل مع الناخبين وتعبئة صفوفهم. ومن أجل الفهم الكامل للحملات الانتخابية في تايوان الديمقراطية فنحن بحاجة إلى التسليم بتجميع مميز للنهج المستخدمة بما يتيح للثقافة الانتخابية القائمة أن تستوعب المنظمات الجديدة المشاركة في إدارة الحملات، فضلاً عن النُهج المستجدة في توصيل الرسائل المستهدفة. وقد بات الساسة في تايوان يتقبّلون بأن نجاحهم الانتخابي يمكن أن يعتمد على محاكاة الاستراتيجيات التنظيمية ومحتواها وآليات توصيلها وعمليات ردود الفعل التي ترسم هيكل الحملات الانتخابية في مواقع أخرى، حيث إن المنافسة السياسية المرتبطة بتايوان الديمقراطية تفرض على الأحزاب ألا تقتصر على تكريس مزيد من الوقت والطاقة والموارد في تصميم الحملات بما يستجيب إزاء أكبر عدد من الناخبين، ولكن عليها أيضاً أن تولي اهتماماً مساوياً للأسلوب الذي تنوي أن تدير به الحملة الانتخابية. وهذا ينطوي على فهم ومتابعة التغيرات التي تطرأ على الرأي العام وتكييف الحملات وفق هذه المتغيرات. كما أنه يعني

صقل الاستراتيجية الانتخابية طبقاً للهجة ومحتوى حملة المعارضة. وأخيراً ففي ضوء الموقف السائد للإعلام في تايوان ومتطلبات فكرة "الحملة الدائمة" أصبح يتعين على الأحزاب أن تسيطر على أجندة الأخبار في كل الأوقات خلال الانتخابات وفيما بينها (Marrek 1995: 2, 28).

التحوّل الديمقراطي في تايوان

تزامنت ثلاث عمليات تحوّل ثقافية مركزة مع صقل المنافسة الانتخابية في تايوان. فالتحوّل الديمقراطي والإصلاحات الدستورية فتحت النظام السياسي أمام منافسة حقيقية بين أحزاب متعددة وهيأت القاعدة من أجل نقل السلطة على نحو ما حدث في الانتخابات الرئاسية في عام، 2000 مما أنهى احتكار السلطة السياسية لصالح حزب الكومنتانغ الوطني (Kuomintang Nationalist Party) (KMT) على نحو ما كان سائداً خلال خمسين عاماً مضت. وفي الوقت نفسه، قررت الحكومة أن تحرر ميديا الإعلام بصورة كاملة، فأدى ذلك، إضافة إلى التطوّرات التي استجدت في مجالات الاتصالات وتكنولوجيا الحاسوب، إلى خلق مجالات عامة جديدة للاتصال السياسي والحوار والتنافس الانتخابي والتعبئة الانتخابية (Rawnsley 2004).

وباختصار:

• في عام 1986 تم انشاء الحزب التقدّمي الديمقراطي (Democratic Progressive Party) (DPP). وبرغم أنه لا يزال من الناحية التقنية غير شرعي، إلا أنه نافس في الانتخابات من أجل دخول الجمعية الوطنية والبرلمان في تايوان.

• في عام 1987 تم رفع حالة الطوارئ بموجب قانون الأمن الوطني خلال فترة التعبئة لقمع التمرد الشيوعي.

• في عام 1988 القيود المفروضة على وسائل الطباعة تم رفعها (بما سمح بتسجيل صحف جديدة وأزال جميع القيود المفروضة على عدد الصفحات التي تستطيع الصحف أن تنشرها).

• قبيل انتخابات 1989 سمحت التشريعات بتنظيم أحزاب جديدة والتنافس مع حزب الكومنتانغ، في حين أن جميع الأحزاب التي كانت تلبي شرطاً بحد أدنى يسمح لها بإذاعة إعلانات متلفزة خلال الحملة، كما سمح للمرشحين بنشر إعلانات في الميديا المطبوعة.

• في عام 1991 قرر القضاء في تايوان (Judicial Yuan) ضرورة تقاعد جميع أعضاء البرلمان المنتخبين من جانب الدوائر الانتخابية في البر الصيني بحلول 31 كانون الأول/ ديسمبر 1991.

• في عام 1993 تم إضفاء الطابع القانوني على التلفزيون بالكابل.

• في عام 1994 أقرت الجمعية الوطنية تعديلاً للدستور يسمح بالانتخاب الشعبي المباشر للرئيس ونائب الرئيس(*).

ثم جاءت الانتخابات الرئاسية في عام 2000 لتمثل بداية ما يشار إليه في الأدبيات المتصلة بتحوّلات النظم بأنه مرحلة الترسيخ (Consolidation Phase)، للتحوّل الديمقراطي. حيث أُقنعت مؤسسة فريدوم هاوس بأن ترفع ترتيب تايوان إلى مكانة مقارنة بترتيبات معظم

(*) للاطلاع على تقييم نقدي لبعض هذه التغييرات الدستورية، انظر (Myers et al. 2002: 73-90).

أعضاء الاتحاد الأوروبي (Freedom House 2001) بل لقد ذهبت فريدوم هاوس إلى حد أن أعلنت أن تايوان واليابان هما أكثر المجتمعات ديمقراطية في آسيا، حيث يتسم كل منهما بدرجة عالية نسبياً من إقبال الناخبين على التصويت (نحو 70 في المائة)(*) وهو ما يثير حسد سائر الديمقراطيات الراسخة. وتعرب فريدوم هاوس عن اقتناعها بأن التصميم المؤسسي للانتخابات في تايوان يتيح تنافساً حقيقياً على أساس تعددية الأحزاب بما يسمح بحملات حرة ونزيهة من أجل كسب الأصوات (بما في ذلك إتاحة استخدام أجهزة الإعلام). وفضلاً عن ذلك فثمة قرائن محدودة للغاية من تلك المرتبطة بلعبة الديمقراطيات الحديثة وهي عدم إقبال الناخبين: كل فرد محظوظ بمتابعة الانتخابات وحملاتها في تايوان سوف يفاجأ كثيراً إزاء ما يشعر به المشاركون فيها من إثارة وما يسببونه من ضجيج ناجم عن الحماس الذي لا يخفي على المراقبين. ومن أجل نظرة واضحة وثاقبة في نشاط الحملات الانتخابية علينا أن ننظر في أمر التقارير التالية التي نشرت في صحيفة **تايبيه تايمز** (*Taipei Times*) الناطقة بالإنجليزية.

كانت عمليات التلويح بالرايات تتم بحماس منقطع النظير خلال تجمعات الحملات الانتخابية.. مما أفضى إلى وقوع إصابات من خلال تدافع الأكتاف بين صفوف المتحدثين السياسيين وأوصلهم إلى المستشفى... ويطلب كثير من المصابين معالجتهم بسرعة لكي يعودوا ويواصلوا تأييد مرشحيهم في التجمعات الانتخابية.

(6 تشرين الثاني/ نوفمبر 2001)

(*) معدلات الإقبال من جانب الناخبين (في المائة) على مدار الانتخابات التشريعية الثلاثة الماضية كانت 68 (1995)، (1998) 68 و66 (2001). وفي الانتخابات الرئيسية كانت المعدلات هي 76 (1996) و83 (2000).

بل إن الناخبين ومنظمي الحملات الانتخابية وقد تملكهم التعصب وأصابتهم حمى اللوثة الانتخابية أصبحوا محتشدين في عنابر المستشفيات وقد أصيبوا بأمراض عقلية وآلام جسمانية نجمت عن النتائج غير المؤكدة للانتخابات الرئاسية يوم السبت. وخلال الأسبوعين السابقين كان هناك زيادة تتراوح بين 10 إلى 15 في المائة في عدد المرضى الذين اتضح أنهم مصابون باضطرابات نفسانية مرتبطة بالانتخاب... وهاهم الدعاة الملتهبون حماسة للمرشحين المتصدرين للمسيرة يعانون من اللوثة والاكتئاب ومشاعر القلق وتهاجمهم نوبات الذعر... وهناك مريض... ظل يثرثر بغير انقطاع بشأن استطلاع الرأي بل أمضى معظم وقته منشغلاً بأنشطة الحملة من دون أن ينال سوى ساعتين بل أقل من النوم يومياً وعندما أتت به أسرته كان أول ما سأل الطبيب هو: لمن ستعطي صوتك؟ وذلك قبل أن يسلمه النشرات المتصلة بالحملة الانتخابية.

(16 آذار/ مارس 2000)

مع ذكر ما طرأ من ارتفاع في عدد الاضطرابات النفسانية في انتخابات الإعادة في اليوم التالي، حظر الأطباء على أعضاء الجمهور من ترقب أعراض (متوالية الانتخاب)... وبالأمس قال الطبيب النفساني شن كو هوا(Chen Kuo-hua) أنه على مدار الشهر الماضي عالج قِسمه ما يتراوح بين 20 إلى 30 في المائة زيادة في عدد المرضى الذين أصيبوا بأعراض من قبيل القلق والأرق، بل إن بعض المرضى... واصلوا النشاط في الحملات لصالح مرشحيهم المفضلين حتى بعد وصولهم إلى المستشفى... أما المسؤولون في مستشفى كلية طب تايبيه (Taipei Medical College Hospital) فقد نشروا معلومات عن حالة إصابة بدنية، قالوا إنها نجمت

عن مناوشة بشأن تفضيلات التصويت التي استمرت محتدمة في عنبر الطوارئ.

(17 مارس/ آذار 2000)

وثمة مقارنة للدراما والإثارة التي وصفت في هذه التقارير مع التقرير التالي المنشور في عام 1991 خلال الانتخابات الشهيرة للجمعية الوطنية(*).

في تشرين الثاني/ نوفمبر أوضحت استطلاعات الرأي العام أن نسبة 65 في المائة ممن بلغوا سن التصويت لم تكن تنظر إلى الانتخابات على أنها أمر مهم. وكثير من الأفراد لم يتابعوا الحملات التلفزيونية وبعضهم أساء الفهم بالنسبة إلى الحزب الذي يؤيده، ثم كشف استقصاء تم بالهاتف أن نسبة 18 في المائة فقط من الذين تمّ استطلاعهم هم الذين شاهدوا البرنامج، وكان من بين الخاضعين للاستطلاع بعض من الذين شاهدوا الإعلانات السياسية من بداياتها إلى نهايتها، ما لا يعدو الثلثين، ونصف الأسر المعيشية أفادت أنها لا تعتقد في مثل هذه المعلومات السياسية ومدى تأثيرها على أسلوب التصويت. وكان أكثر من نصف الناخبين لم يكن يعرف ماهية الانتخابات، وما يقرب من 60 في المائة من الذين تم استطلاع آرائهم أفادوا بأنه لم يفهموا الفئات المختلفة للمرشحين المنتخَّبين.

(Chao and Myers 1998: 232-233)

(*) بعد أكثر من أربعين عاماً، أصبحت مؤسسة سياسية يسيطر عليها الساسة من البر الصيني لتشكل واحدة من الممثلين من تايوان والجزر المحيطة بها (Chao and Myers 1998: 239) ويمكن التماس مزيد من التقييم لهذه الحملة الانتخابية في (Wachman, 1994, chapter 7).

ومن الواضح أن السنوات التي توسطت هذه التواريخ شهدت تحوّلاً مرموقاً في الثقافة الانتخابية في تايوان وهو ما أدى إلى تحمس في مشاركة السكان وعبّر عن تعمق جذور الديمقراطية هناك.

ردود فعل الأحزاب

كان حزب الكومنتانغ هو الأول بالحتم في فهم التغيرات التي تفرضها عملية التحوّل الديمقراطي على الحملات الانتخابية: لقد كان انحسار الدعم الشعبي مع زيادة قوة المعارضة السياسية، فضلاً عن عملية "التيْونة)" (Taiwanization) بمعنى الاختيار المتعمد ومن ثم تعيين المزيد من أهل تايوان في المناصب العليا ضمن الحزب والحكومة وهو ما كان مقصوراً في السابق على الذين تنتمي أصولهم إلى البر الصيني). فضلاً عن نمو طبقة وسطى من سكان الحضر ومن المتعلمين والأثرياء هو الذي فرض على الحزب المذكور في أوائل عقد الثمانينات أن يراجع قيمة السبل التي حاولها من قبل واختبرها في الحملات السابقة. وبدأت صفوف الاستراتيجيين في الحزب في اختيار مرشحين أكثر جاذبية وفي إجراء مسوحات لاستقصاء تفضيلات الجماهير وجمْع وتحليل البيانات الانتخابية والإفادة من خبرة اختصاصي التسويق (Dickson 1996: 62). وعندما أوضحت استطلاعات الرأي نسبة متصاعدة من السكان من الناخبين التي لم تكن قد قررت بشأن طريقة التصويت، بدأ الحزب في تصميم رسائل معينة موجهة إلى جماعات جغرافية وديموغرافية بعينها، وكان هذا النهج الإيجابي إزاء الحملات الانتخابية قد سلط عليه الأضواء كل من شاو ومايرز (Chao and Myers 1998: 164-6) في مناقشتهما للانتخابات في الأقاليم والمدن في عام 1989، حيث كان الحزب قد قسّم الجزيرة إلى "مناطق للتنافس الانتخابي" ومن ثم فإن الانتخابات (اتخذت

بسرعة طابع حرب صغيرة وصمم المرشحون حملاتهم على أساس المناورات في مسرح القتال وحشدوا قواتهم ونفذوا التكتيكات التي اعتمدوها بل هاجموا أعداءهم من أجل الفوز بغنائم الحرب).

من ناحيته فالحزب الديمقراطي قام بوضع استراتيجية للتسويق شديدة الوضوح. وقبل صدور التشريعات الجديدة، وفي ضوء عجز تنغواي (Tangwai) (ويعني خارج الحزب) وهو ائتلاف فضفاض لمصالح المعارضة كان يناضل ضد حزب الكومنتانغ - فقد عجزوا بدورهم عن التصدي بصورة لها مصداقيتها وفعاليتها في مجال الانتخابات، وظل الأمر هكذا إلى أن واجه الائتلاف المذكور القيود التي فرضت على النشاط السياسي من جانب الحكم السلطوي ولكن الائتلاف ظل يكافح للتغلب على المزايا التنظيمية التي كان يتمتع بها الكومنتانغ: قوة مالية مدهشة وقاعدة قوية من أجل التنظيمات والتعبئة المحلية ومنافع مرتبطة بحقيقة أن عناصر من الحزب تتولى السلطة. وفضلاً عن ذلك فإن الائتلاف المعارض كان محروماً من فرص الوصول إلى وسائل الإعلام الجماهيرية بموجب قانون الانتخاب لعام 1980 الذي كان يحظر على المرشحين استخدام وسائل الإعلام العادية وإن كان يسمح باستخدام الوسائل المملوكة للأحزاب. وكان هذا الوضع يفيد بوضوح حزب الكومنتانغ الذي كان يتملك، بحكم كونه حزب الحكومة أو كان يسيطر على معظم الميديا العاملة في الجزيرة (بما في ذلك محطات التلفزيون الأرضية الثلاث) وكان الحزب يمتلك أيضاً الصحف القومية اليومية الأربع، فيما امتلكت الحكومة صحيفتين وامتلك الجيش خمس صحف، ولكن في الحقيقة لم يكن ثمة فصل في المِلكية في هذه الحالة نظراً لتداخل شخصية الحزب/ الشرطة/ العسكر بحكم السلطة السياسية. وبالإضافة إلى ذلك فإن

الصحف المملوكة ملكية خاصة كانت تتمتع بعلاقات شراكات وثيقة مع حزب الكومنتانغ: مالكو الصحيفتين اللتين لهما أعلى توزيع وهما شونغ - كوشي باو (*China Times*) ولين هوباو **يونايتد دايلي نيوز** (*United Daily News*) كانوا أعضاء في اللجنة المركزية الدائمة لحزب الكومنتانغ، الذي لو كان بحاجة للسيطرة والتعويل على تعزيز آلته المحلية في تعبئة الجماهير، لوجد ذلك الأمر من السهولة بمكان.

وما إن تم السماح بمنافسة حقيقية بين أحزاب متعددة (بعد عام 1986) ومن ثم أصبحت هذه المنافسة مشروعة (في عام 1989) فإن الحزب الديمقراطي سرعان ما أنشأ آلية انتخابات متجانسة وقادرة على التصدي لحزب الكومنتانغ. وفي انتخابات عام 2000 الرئاسية على سبيل المثال كانت المسؤولية عن حملة الحزب الديمقراطي موكلة إلى جيل من الناشطين الشباب الذين اكتسبوا لأول مرة خبرتهم السياسية عندما قاموا، وهم طلاب في الثمانينات، بحشد حشودهم ومضوا للمساعدة على انتصار شن شوييبان (Chen Shui-bian) في انتخابات بلدية تايبيه في عام 1994. وهؤلاء الناشطون كانوا ملمين بتشغيل وسائل الإعلام ودَرَس بعضهم في الولايات المتحدة وكانوا على معرفة بالتقنيات المرتبطة بالحملات الانتخابية الحديثة. وفي انتخابات 2000 الرئاسية شارك فريق حملة "شن" السالف الذكر في خدمات شركة الإبداع، وهي وكالة إعلان تجارية من أجل وضع استراتيجية للحملة تتسم بأنها حديثة وقائمة على أساس الإعلام، وواعية بأهمية الصورة (الشركة قامت منذ ذلك الحين بتصميم الإعلانات المتلفزة لصالح حزب الكومنتانغ ويشهد ذلك مرة أخرى على الطابع المهني الاحترافي للحملات الانتخابية في تايوان، المدفوع أصلاً بحافز التجارة وليس بحافز الولاء الحزبي). وفضلاً عن

ذلك فإن مصنع "بيانماولا(*)" أنتج خطاً إنتاجياً حظي بشعبية واسعة في الناحية التجارية لصالح حملة "شن" بما في ذلك إنتاج القبعات وأقداح القهوة وأكواب الشاي وسلاسل المفاتيح وهذا أمر لم يقتصر فائدته على جمع الأموال لصالح حملته ولكن أضفى شعبية على المرشح نفسه بحيث حدد ووحّد جموع مؤيديه وراء "اسم بعلامة تجارية" يمكن على الفور التعرف عليها(**).

كذلك كان الحزب الديمقراطي هو أول حزب سياسي في تايوان يعمل على إنشاء مركز للمسوحات الاستقصائية فأجرى استطلاعات راي بين الناخبين المسجلين من أجل "معدلات التأييد الحزبي والصورة الحزبية إضافة إلى تصنيف حالات الرضا لصالح مسؤولي الحزب المذكور... والتفضيلات ذات الصلة". كما أنه نفذ "استقصاءات هادفة بالنسبة إلى الفئات الاجتماعية ومسوحات ترتبط بالانتخابات (Rigger 1999: 82)، وهو ما يشكل تطوّراً ملموساً في تحديث الاستراتيجية الحزبية، لأنه يشير إلى قيمة عالية يوليها الحزب الديمقراطي لتجميع الرأي العام والاستجابة إزاءه لدى إنشاء منابره وتنظيم حملاته الانتخابية".

(*) بيانماولا قبعة في خضرة الزيتون وتعرض شعاراً يمثل أبيان (A-bian) وهو شخصية لطيفة وصغيرة تمثل ولكنها لا تشبه، المرشح شن شوي بيان. وطبقاً لما قال به إيريك سوتيديه (Eric Sautedé 2000: 55) فإن هذا الأمر أصبح العلامة الخارجية على الشخصنة ناهيك بفكرة التمائم في مجال السياسة ومن لافتات "شن" ما وصل إلى حد تصوير صن يات سِن (Sun Yat-sen) وهو أبو جمهورية الصين يرتدي هذه القبعة بمعنى أنه كان يمكن بدوره أن يؤيد المرشح.

(**) في معرض الكتابة عن انتخابات 2002 التشريعية لاحظ بروس جاكوبس (Bruce Jacobs) كيف أن "ثمة قواعد صارمة وضعت حداً بمبلغ 0.78$" بالنسبة إلى أي هدية تقدم إلى الناخبين وأدى ذلك إلى أن قبعات البيسبول التي ارتداها مؤيدو المرشحين كانت من نوعية أقل بكثير عن الماضي (انظر توطيد الديمقراطية: (Cementing Democracy) (*Taipei Review*, February 2002: 36).

أما المرشحون الذين لم يكن بوسعهم تحّمل المشاركة بأسلوب "بيانماو" في التسويق أو من كانوا يرغبون في اتخاذ موقف مستند إلى المبادئ ضد ألاعيب الانتخابات فكانوا يواجهون مشاكل بالنسبة إلى طرح رغبتهم بصورة صادقة من أجل الانتخاب. وكان ثمة مرشح مستقل في انتخابات 2000 الرئاسية وهو هيشو هيسنليانغ (Hsu Hsin-Liang) الذي عمد إلى الامتناع عن تنظيم حملة تقوم على أساس لعبة التسويق والترويج التجاري وترتبط بالسيد شن، وفضل بدلاً من ذلك أن يعارض الانتخاب على أساس القضايا والمبادئ التي ربما يكون لها مفهومها في السياسة ولكن يمكن أن تكون أمراً سلبياً بالنسبة إلى المرشحين الساعين إلى الموقع في ظل انتخابات حديثة تدفعها وسائل الإعلام. وجاء قرار السيد "هيشو" ليعني أنه محروم من التغطية الإعلامية المكثفة التي تسعى إلى حملة مثيرة وجاذبة لتتجاوز نوعية الحملات الكئيبة التي لا تصلح للعرض التلفزيوني. وعليه صار ممكناً أن نخلص إلى أن الثقافة الانتخابية والتغطية الإعلامية للحملة عاقبت المرشح المذكور لأنه كان مرشحاً جاداً.

لقد أدت عمليات التحوّل الديمقراطي والأخذ بأسلوب التحرر الليبرالي بوضوح إلى نتائج بعيدة المدى بالنسبة إلى التطوّر المستمر في تنظيم الحملات الانتخابية في تايوان. أما العملية الثالثة، وهي إيجاد وتطبيق تكنولوجيا إعلامية جديدة وبخاصة الاتصالات القائمة على أساس الحاسوب، فقد أدت إلى أثر ثوري بنفس القدر حيث إن تايوان أصبحت واحداً من المجتمعات الأكثر إلماماً باستخدام الحاسوب في آسيا (استخدام شبكة الإنترنت في تايوان زاد من 600 ألف في عام 1996 ليصل إلى 6 ملايين في عام 2000) ويبدو أن المرشحين قد اهتموا للغاية بتقنيات الحملات المبتكرة التي وفرتها شبكة الإنترنت من حيث إتاحة طرائق

جديدة للتفاعل بين السياسي والناخبين (Glass 1996: 140-6). وعلى سبيل المثال فقد دعا شن في عام 2000 مستخدمي الشبكة إلى "موافاتي على الموقع الإلكتروني برسائل... وإبلاغي بمن يجب أن يكونوا أعضاء في وزارتي" وقد ضم موقعه الشبكي سيرة ذاتية شاملة وقائمة بأهم إنجازاته السياسية وصوراً وتقارير مرحلية منتظمة بشأن الحملة، وجميعها كانت مبسطة ومصاغة بحروف صينية واضحة إضافة إلى اللغة الإنجليزية وكان بوسع المؤيدين أن يتبرعوا بأموال للحملة حتى من خلال الإنترنت.

ثم إن المواقع الشبكية للمرشحين في انتخابات العمدة لعام 2002 كانت تضم كذلك قاعات الثرثرة فضلاً عن ما تتمتع به من تأثيرات بصرية ثرية ومن ذلك مثلاً تصميمات الومضات والصفحات المرسومة والمتحركة من جعل استرعاء اهتمام زائري تلك المواد المعروضة". وكانت المواقع الشبكية تعرض كذلك تفاصيل النشرات الصحفية وجداول الحملات للمرشحين والبرامج التي كانوا يروجون لها. وبالنسبة إلى عمدة تايبيه وهو من حزب الكومنتانغ واسمه ماينغ جو (Ma Ying-jeou) كانت تشهد تحميل أناشيد ومقاطع مصورة للمرشح وهو يمارس رياضة الركض والسباحة ويشارك في أشكال أخرى من الممارسة البدنية (لإبلاغ الجمهور عن صورة مرشح يتمتع بطاقة كاملة). أما موقع منافسه عن الحزب الديمقراطي على رئاسة البلدية وهو لي ينغ يوان (Lee Ying-yuan) فكان يشمل ألعاباً تفاعلية ولقطات فيديو حية بشأن اجتماعات حملته موظفو حملة العمدة يطلقون الموقع الشبكي الجديد للمرشح ماينغ جو (*Taipei Times online*, 2 November 2002).

إن النتائج جاءت مختلطة بالنسبة إلى تنظيم الحملات على أسس الحاسوب الإلكتروني. ولا تزال القرائن لا توحي حتى الآن بأن شبكة

الإنترنت سوف تحلّ محل الأشكال الأخرى الأكثر إتاحة في مجال الاتصالات الانتخابية. وفيما كانت الانتخابات في عام 1998 (بالنسبة إلى عمدة البلديتين في تايوان وهما تايبيه وكواشونغ) ، وفي عام 2000 (للرئاسة) ثم (في عام 2000 ومرة أخرى لمنصب العمدة في المنطقتين السالفتين الذكر) قد شهدت انتشاراً لمواقع الحملة على الإنترنت، فإن هذه الوسيلة الإعلامية الجديدة كانت أقل أهمية في انتخابات عام 2001 بالنسبة إلى المجلس التشريعي، عندما عاد المرشحون إلى الأشكال الأكثر تقليدية لتنظيم الحملات وخصصوا وقتاً وتكاليف أقل في تصميم المواقع الشبكية. وربما يتمثل أحد أسباب ذلك في مستوى عملية الانتخاب: ربما تكون المواقع الشبكية أقل فائدة للمرشحين في الدوائر الصغيرة حيث السلوك التصويتي يتحدد أكثر بواسطة الاتصالات الشخصية والعلاقات بين الرعاة الممولين والقواعد(*) أكثر من الأشكال الأخرى للحملات والإقناع. ومن الواضح أن الإنترنت هي موقع جديد وعام بما يتيح ويشجع أيضاً الأخذ بأسلوب مبتكر ومثير للحملات، لكن قيمته مازالت محدودة من واقع حقيقة أن الناخبين عليهم أن ينشطوا التماساً للمعلومات التي تستخدمه (على خلاف الوسائل الإعلامية الأخرى التي تتسم بسهولة إتاحة الأخبار والمعلومات في حين أن مستخدميها سلبيون نسبياً) وعليه فالناخبون الذين يزورون بالفعل هذه المواقع الشبكية يجنحون أيضاً إلى تأييد المرشح وبهذه الطريقة كثيراً ما يقتصر دور المواقع الشبكية في

(*) سياسة الراعيي – المستفيد تشير إلى تبادل بين عنصرين من عناصر القوة السياسية والمكانة الاجتماعية الاقتصادية غير المتكافئة. ويقدم الرعاة السلع المادية وغير المادية للمستفيدين المؤيدين الذين يقدمون تأييدهم السياسي في المقابل لرعاتهم (Huang 1996: 107).

الحملات على مجرد إقناع من هم مقتنعون ومن ثم فهي تبرر نظرية التعزيز في الحملات الانتخابية.

الصورة مقابل المضمون

القرائن المطروحة أعلاه تشير إلى أن عدداً متزايداً من الحملات الانتخابية يتم تنظيمه بصورة أقل على أساس الارتباطات الحزبية والبرامج التي يعتمدها المرشحين بأكثر من صفاتهم الشخصية. وبمعنى آخر فإن تايوان معرضة للسياسة القائمة على الصورة شأنها في ذلك شأن أي ديمقراطية حديثة أخرى. وهذا أمر مفهوم، لأن الانتخابات من أجل اختيار رؤساء بلديات المدن الكبرى ورؤساء الجمهورية تركز بالضرورة على المهارات السياسية وعلى المؤهلات وعلى برامج فرادي المرشحين. والسياسيون الذين يتقدّمون للترشيح إلى هذه المواقع الكبرى المنتخبة في تايوان يجنحون لأن يكونوا من نجوم المشاهير المجّربين على المستوى الوطني، وكذلك من نجوم الإعلام بفضل سنوات خدمتهم السياسية. وهؤلاء المرشحون لا يخضعون إلى أي ضغط حقيقي من استثمار مبالغ طائلة من أموال الحملات الثمينة ولا من وقتها لتأكيد التعرف عليهم فضلاً عن ارتباطهم ببرنامج بعينه. ومع ذلك فمن الشائع لهؤلاء المرشحين أن ينغمسوا في حملات سلبية وشخصية وجارحة إذ أن شهرتهم تجعلهم أكثر تعرضاً للكشف عن أخطاء شخصية وعن ثغرات في حياتهم السياسية والخاصة.

ويجدر بنا أن نتأمل الطريقة التي عملت فيها الميديا في تايوان على النيْل من الصورة المتكاملة إلى حد ما لمرشح الرئاسة عن حزب الكومنتانغ لیین شان (Lien Chan) لعام 2000.

لسوء الحظ فإن لين لا يتمتع بالمؤهلات الأصيلة التي تدفعه إلى اتخاذ خطوات شعبية فلا يبدو ظريفاً وهو يروي نكتة ولا يبدو حاداً عندما يدين الآخرين بل يبدو خائباً عندما يحاول أن يروج لنفسه فهو أقرب إلى لاعب القمار البوكر القادر على إضاعة الفرصة.

(*Taipei Times*, 19 Janvier 2000)

أما "اليد العظمى" التي أزاحها "لين" بعيداً فكانت تشمل شغله لمنصبه كنائب للرئيس إضافة إلى موقعه في حزب الكومنتانغ، وكانت تلك ميزة باعتبار الحزب واحداً من أكثر الأحزاب السياسية نفوذاً في العالم. ويشير التقرير إلى أن هذه العوامل أصبحت أقل أهمية عن صورة المرشح ذاته، وأن الناخبين لم يعد بوسعهم التمييز بين "لين" السياسي و"لين" بوصفه أحد نواتج استراتيجيات التسويق. وهنا نستطيع أن نحدد العيب الأساسي في القول بأن الصورة تمثل أمراً حاسماً من الناحية السياسية، لأنها لا يقتصر فعلها على التهوين من شأن التعمّق السياسي عند الناخبين، ولكنها تفترض بأن بوسع أي فرد أن يتم انتخابه بنجاح بصرف النظر عن العامل السياسي إذا ما كانت صورته جاذبة بشكل عام. وبديهي أن الأمر على خلاف ذلك، وعندما خضع الاستشاريون السياسيون الأميركان، وعادة ما يشار إليهم بوصفهم رواد صناعة الصورة في مجال السياسة، لدراسة أجريت مؤخراً في هذا الشأن فإن أكثر من نصفهم كانوا يعتقدون أن من الصعب أن "نبيع المرشح متوسط القدر" لكنهم اعترفوا أيضاً أن من الصعب بنفس القدر بيع برنامج لا يلقى تأييداً ثم يشتريه جمهور الناخبين بل إن هؤلاء الاستشاريين أنفسهم يصرّون على أن المادة أو المضمون لهما أهمية جوهرية في نجاح الحملة الانتخابية (Thurber et al. 2000).

في الحملات الانتخابية التي جرت خلال آواخر عقد التسعينات،

عمد جو شوكونغ (Jaw Shaw- Kong)، الأمين العام للحزب الجديد في تايوان إلى جمع مرشحي حزبه على صعيد واحد لكي يشاهدوا مقاطع بالفيديو عن الإعلانات السياسية الأميركية، ثم نصحهم بأن يحتذي حزبهم مسار هذه الحملات وما تعكسه من التجربة الأميركية. وجاءت النجاحات الانتخابية الأولى للحزب الجديد المذكور أعلاه وكأنها تؤكد على نموذج من السياسة الثلاثية التي تجذرت في تايوان وخاصة بعد أن استطاع مرشح الحزب لانتخابات العمدة في تايبيه في عام 1994 أن يدفع حزب الكومنتانغ للمركز الثالث جريدة (*Free China*, 9 December 1994). ومع ذلك يجدر ملاحظة أن نفوذ الحزب بعد عام 1997 اعتراه تدهور بمعدل مثير، ويرجع ذلك أساساً إلى غياب برنامج سياسي واضح يمكن أن يحشد وراءه الأعضاء وجماهير الناخبين على السواء: لقد أصبح تأييد الحزب محصوراً في أهل البر الصيني وقد خابت أمالهم وأصبحت سياسته تتطوّر بوتيرة ضعيفة كما أن تنظيمه اعتراه الخلافات الداخلية، وجاءت القرائن التي تشهد بتراجع مصداقيته عندما فشل في طرح مرشح لانتخابات عام 2000. وبدلاً من ذلك كان يؤيد الناقد الثقافي الشهير لي أو (Li Ao) الذي لم يقصر يوماً عن توجيه انتقادات الحزب وفي حث مؤيديه على التصويت لصالح شو يو (Chu-yu) وهو عنصر متقلب من كبار أعضاء حزب الكومنتانغ، وما لبث أن أصبح مستقلاً. على أن الحزب الجديد (نيوبارتي) لم يعد عنصراً سياسياً فعالاً لأن صعوده وتراجعه يوضحان أن اعتماد التقنيات الاحترافية في إدارة الحملات - سواء كان ذلك صراحة أو ضمناً - لا يمكن أن يعوّض عن البرامج التي لا تحظى بالشعبية أو البرامج التي لا سبيل إلى تنفيذها عملياً فضلاً عن عجز آلية الحزب عن إدارة شؤونه.

ومن حقائق الحياة السياسية أن الأحزاب تخسر بالفعل الانتخابات برغم ما تكون قد استخدمته من أساليب متمرسة أو مبتكرة أو حتى تلك التي هي جيدة التمويل. ولننظر إلى الوصف التالي لحملة الحزب الديمقراطي في إعادة انتخاب "شن" عمدة لمدينة تايبيه في عام 1998.

استثمر الحزب الديمقراطي جميع الموارد المتاحة لديه لتعزيز مرشحيه أمام أعين الناخبين في تايوان حيثما يكونون، وبدأت الإعلانات التي تروّج لحملة الحزب في العرض على شبكة الإنترنت وفي التلفزيون وفي الجدران بمحطات القطارات وكانت أيضاً تعرض خلال الإشارات في دور السينما المحلية.

(*Free China Journal*, 20 November 1998)

لكن هذا الأسلوب الإعلاني لم يحل بين السيد "ما" مرشح الكومنتانغ وبين معاودة السيطرة على تايبيه لصالح حزبه. وبالمثل فربما يكون الحزب المذكور هو أغنى حزب في العالم ولكن حتى قاعدة موارده لم تستطع أن تعوض عن الفعاليات المتجمعة التي دفعت لين شان إلى المركز الثالث في عام 2000 (وبالذات ترشيح سونغ وشن في إطار من الشباب والكاريزما).

وتوحي القرائن بأن الصورة لا ينبغي أن تكون بديلاً عن التنظيم الحزبي الراسخ ولا عن العمل على تعبئة القواعد الشعبية وطرح برنامج سياسي له مصداقيته، كما أن الحملات يتم تصميمها بوصفها وسيلة أكثر يسراً وفعالية من أجل طرح سياسة الحزب ولا بدّ أن تعمل الصورة على بيع السياسة وليس العكس، بمعنى أن الذيل لا ينبغي إطلاقاً أن يهز الكلب.

فضلاً عن ذلك فقد بدأ المراقبون يتساءلون بطريقة منهجية عن الفكرة التي تقول بأن بيع مرشح له مصداقيته أمر يتسم بأهمية للناخبين أكثر من مجرد طرح برنامج مهم في مجال السياسة. لقد أجرى دافيد فيلّ (Dafydd Fell 2003) بحثاً مستفيضاً من الناحيتين الكيفيّة والكميّة بالنسبة إلى الدعاية الانتخابية في تايوان بين عامي 1991 و2000 فاكتشف القضايا التي تمثل ما يقرب من 70 في المائة من الإعلانات المنشورة في الصحف خلال الحملات الانتخابية. ويخلص هذا الباحث إلى "أنه برغم أن المرشحين يشكلون أهمية في الانتخابات التايوانية فإن الأحزاب هي التي تؤكد على القضايا" (35 :2003). (الجدول 2.1) وينعكس هذا في مضمون إعلانات الحملات. وعلى سبيل المثال ففي عام 2001 قام حزب الكومنتانغ بتصميم إعلانات سلبية لتركيز الأضواء على التزامن بين تنصيب السيد" شن رئيساً في أيار/ مايو 2001 وبين بدء حالة الركود الاقتصادي التي اجتاحت تايوان، مما يشير إلى أن الحزب الديمقراطي أدى إلى تدمير اقتصاد البلاد(*). وكان من شاغلي المناصب مثل "شن" مَنْ كانوا معرّضين بالذات للحملات السلبية؛ على أن صورتهم الشديدة الوضوح عندما كانوا في المنصب تعني أن عليهم تحمّل المسؤولية عن المشاكل الهيكلية والإدارية وعن أي فشل في عدم الوفاء بالوعود الانتخابية. وإذا تساوت الأمور فمن شأن أي شاغل للمنصب يتمتع بسلطة الموقع الذي يشغله

(*) يبدو أن تايوان قد أمسكت بطرف الذيل من الأزمة المالية الآسيوية التي كانت قد بدأت في تايلاند في عام 1997 فالركود، بما في ذلك معدل بطالة قياسي إذ بلغ 5.2 بسبب الاتجاهات العالمية في الفترة 2000- 2002، لأن كثيراً من الصانعين في تايوان كانوا ينقلون إلى جمهورية الصين الشعبية للإفادة من تكاليف العمالة الأقل والقوانين البيئية الأكثر تهاوداً. بل أن التقارير أفادت بأن الركود كان متعمداً بواسطة حزب الكومنتانغ (الشركات المرتبطة بالحزب سحبت رؤوس أموالها وبهذا فرضت انخفاضاً حاداً في سوق الأوراق المالية) من أجل النيْل من سمعة الحزب الديمقراطي بعد انتخابات عام 2000.

أن يضمن إمكانية الشهرة والفرصة المتاحة لكي يراه الآخرون بوصفه قائداً يتمتع بالكفاءة والقدرة ومن ثم يستطيع أن يضمن ميزات انتخابية واضحة يتفوق بها على منافسه. وهذه الميزات التي يكفلها شغل المنصب يمكن أن تكون قد خلقتها أو عمقّتها عملية سياسية جيدة التوصيل. فالتلفزيون بالذات يهيئ إطاراً للتفسير أمام المشاهدين الذين يستجيبون إزاء السياسة باعتبارها سلسلة من الأزمات المحددة التي ينبغي التعامل معها من خلال أفراد يتمتعون بالكفاءة ويمكن الاعتماد عليهم. وهذا الإطار من التفسير يتسم بأنه إطار مرئي ويسهل الوصول إليه. وعلى ذلك فوسائل الإعلام الإخبارية بوسعها أن تضفي طابع التجسيد والعنصر الشخصي على العملية السياسية ومن ثم تصبح الأحداث والأزمات مرتبطة أكثر بالفاعلين الأفراد قبل أن ترتبط بالمؤسسات السياسية أو بالحركات الاجتماعية الواسعة النطاق.

وعلى ذلك فالمتنافسون يستطيعون أن يعوضوا ما ينقصهم من خلال إجبار شاغل المنصب على أن يدافع عن سجله أو سجلها، ومن ثم لا يتعين عليهم بأن يطرحوا أي حلول واقعية للمشاكل التي يمكن أن تواجهها جماهير الناخبين: إذ إن شاغلهم الرئيس هو التوصل إلى رابطة بين شاغلي المناصب وبين فشلهم في التعامل الفعال مع القضايا وهم يقومون بذلك من خلال الربط بين الشخص (سياسة التركيز على المرشح) وبين سجل خدمته (سياسة التركيز على القضايا). ومن هنا فعلى سبيل المثال عمد الحزب الديمقراطي إلى مهاجمةماينغ شو عمدة تايبيه لأنه فشل في التصرف إزاء مشكلة المخدرات المتفاقمة في العاصمة، فضلاً عما يكتنفها من صناعة الجنس. وفي كاوشنغ أحيط الناخبون علماً من جانب حزب الكومنتانغ بأن التصويت لشاغل المنصب وهو فرانك سيه (Frank Hsieh) من الحزب

الديمقراطي" يعني أن النظام الاجتماعي سوف يتدهور وأن الفساد سوف يستمر وأن البعوض سوف يواصل اجتياح المدينة (*Taipei Times*, 7 December 2002).

معظم الإعلانات التي يمكن أن توصف بأنها "سلبية" تركز على الفساد السياسي وعلى الاقتصاد. وقد استغل الحزب الديمقراطي ظاهرة الفساد السياسي لمهاجمة حزب الكومنتانغ في كل انتخاب تم منذ عام 1992 باستثناء عام 1996 - انظر (Rawnsley 1997) من باب الاعتراف بأن القضية هي "كعب أخيل "بالنسبة إلى حزب الكومنتانغ (Fell 2002: 53) وقبل انتخابات عام 2000، كلف الحزب الديمقراطي استطلاعات الرأي بشأن المسائل التي تهّم الناخبين أكثر من غيرها. ولأن الفساد كان على رأس القائمة فمرة أخرى جاء التركيز على مهاجمة سجل حزب الكومنتانغ بشأن" سياسات" الذهب الأسود) الفساد حيث نشروا عدداً من إعلانات الحملة التي أصبحت شهيرة وجاذبة للأبصار بشكل ملحوظ وفي الوقت نفسه اتهم الكومنتانغ المرشح المستقل جيمس سونغ (James Soong) بأنه عمد إلى تحويل أموال الكومنتانغ إلى حسابه المصرفي وحسابات أقاربه عندما كان أميناً عاماً للحزب. وهذه الاتهامات لم تفض فقط إلى مكاسب قصيرة الأجل لصالح الكومنتانغ برغم انخفاض طفيف في الاستطلاعات عند ذروة الادعاءات، إلا أن المرشح المذكور أمكنه اختتام الانتخابات في المركز الثاني. وربما يرجع ذلك إلى أن الكومنتانغ ليس مرتبطاً بعملية مهاجمة الفساد بل هو مرتبط في العادة بوجود عناصر من المستفيدين مما جعل هذه المسألة أمراً غير مألوف بالنسبة إلى الحزب وناخبيه على السواء. وبالإضافة إلى ذلك كان الناخبون مقتنعين بأن حملات هجوم الحزب على سونغ محسوبة فقط لكي تهاجم سياسياً (متمرداً) أدى إلى تقليل فرصة

الحزب في كسب الانتخابات وكان المستفيدون هم الحزب الديمقراطي الذي قرر أن يتحاشى تماماً التورط في موضوع الكومنتانغ – سونغ.

من ناحية أخرى فإن برنامج الحملة التي أدارها معسكر "الرايات الزرقاء"(*) سواء في عام 2001 أو 2002 بالتركيز على الاقتصاد وعلى أداء إدارة السيد "شن"، يبدو وكأنه خلّف أثراً: في عام 2002 فَقَد الحزب الديمقراطي تأييد الناخبين غير الحاسمين الذين كانوا في السابق يشكلون ما بين 5 و10 في المائة من أصواته، وبات الحزب يعترف بأن الإدارة لا بدّ وأن تعمل على تحسين أدائها من أجل معاودة الفوز بأصوات هذه الجماهير (*Taipei Times* 9 December 2002). وعليه اضطر الحزب المذكور إلى التزام خط الدفاع وتصميم الحملات التي تعمل على تفنيد الانتقادات وتذكير الناخبين بكثير من الإنجازات التي قدمتها إدارة "شن" المنتخبة حديثاً (على خلاف حالة القصور الذاتي الذي يدعي بأنه ظل مستمراً في ظل حكومة الكومنتانغ وعلى مدار خمسين عاماً) .

مثل هذه الاستراتيجيات الهجومية – الدفاعية انطوت على التدقيق في التقسيم الديموغرافي لشرائح الناخبين وكانت في حد ذاتها مؤشراً قوياً على التزام النهج الاحترافي في إدارة الحملات الانتخابية. فتجزئة السوق تقترض من عالم التجارة فكرة أن "المنتجين لا بدّ أن يبادروا أولاً إلى تحديد احتياجات المستهلكين المختلفين وبعد ذلك يقومون بتصميم

(*) الرايات الزرقاء تشير إلى الأحزاب التي ارتبطت بحزب الكومنتانغ، بما في ذلك الأحزاب التي انفصلت عنه (الحزب الشعبي الأول والحزب الجديد). أما الأحزاب المرتبطة بالحزب الديمقراطي بما في ذلك حزب استقلال تايوان واتحاد التضامن في تايوان فأصبحت تعرف بأنها "معسكر الخضر" وتعكس الأسماء الألوان السائدة في العلمين المستخدمين بواسطة الكومننتانغ والحزب الديمقراطي.

الإعانات التي توافق هذه الاحتياجات بالذات من أجل أن تروج لهذا القطاع، وأخيراً يبيعون للمستهلكين فوائد المنتج ذي الصلة". وفي إطار التكيف مع ظروف الساحة السياسة يعمد فريق تسويق المرشح إلى تصميم المواضيع والصور خلال الحملات لكي تروق لقطاع بعينه أو جماعة بعينها من السكان الناخبين. وجاء استخدام هذا النهج في تايوان أول مرة في انتخابات عام 1996 الرئاسية (Rawnsley 1997). ومنذ ذلك الحين أصبحت ممارسةً معترفاً بها بالنسبة إلى الذين يتطلعون إلى المواقع السياسية. وربما تكون هذه التجزئة جغرافية (هناك فرق واضح في مواقف الناخبين ما بين شمالي وجنوبي تايوان) أو عرقية (يدلل الساسة بالفعل في كل فرصة على إتقانهم لغات الأقليات) أو ديموغرافية (المرأة والمحاربون القدماء والصيادون والمزارعون والمشردون كلهم كان يقدم لهم فيض من السياسات من أجل إقناعهم بأن السياسيين إنما يتوخون من صميم قلوبهم تحقيق أفضل مصالح لتلك الفئات) .

طرق التعبئة التقليدية

أصبح واضحاً أن الأحزاب السياسية في تايوان استجابت إزاء تجارب التحوّل الديمقراطي وإلى الأخذ بالنهج الليبرالي وتطوّر تكنولوجيات الاتصال الجديدة. ومع ذلك فلا غنى عن أن نعترف بأن الحملات الانتخابية لا تزال تستخدم هياكل الاتصالات والتطبيع الاجتماعي والتعبئة استناداً إلى الشبكات الشخصية القوية والعلاقات الشخصية على نحو ما سبق، وأن عرفته عملية الانتخابات في تايوان منذ خمسينات القرن الماضي. وعلى سبيل المثال فكثيراً ما يشهد السياسيون الاحتفالات الدينية والمدنية ومنها مثلاً حفلات الزفاف والجنازات لتدعيم العلاقات الشعبية بينهم وبين جماهير الناخبين، وهذا يؤدي إلى تعزيز أبرز سبل تجميع التأييد

على الصعيد المحلي، وهو ما يعتمد بالتالي على الشبكات التي تضم الفصائل وتجسد العلاقة بين الممول - والمستفيد، كما تؤكد على المساهمة الشخصية التي يمكن للأفراد أن يقدموها إلى أنصارهم في الدوائر الانتخابية. وقد جاء نجاح جيمس سونغ، المرشح القوي السابق لحزب الكومنتانغ في انتخابات الرئاسة في عام 2000 مستنداً إلى الدعم المحلي الذي كان قد ناله بوصفه آخر حاكم أقليمي يجمع بين الشعبية الواسعة والعمل الدؤوب: لقد كانت زياراته الكثيرة لجميع المدن الصغيرة والقرى، وخاصة بعد الزلزال المدمر الذي وقع في شهر أيلول/ سبتمبر 1999 لتساعده على تدعيم الروابط الشخصية مع القادة المحليين مما أتاح له أن ينهي الانتخابات من دون أن تفصله سوى 3 في المائة بعد "شن" وبمعنى إنه اقتنص من الفائز النهائى كثيراً من الأصوات التي كان يمكن أن تشكل المؤيدين الأساسيين للحزب الديمقراطي (ومن ذلك مثلاً أصوات أقلية)(*) (Hakka).

كانت العشائر دائماً ما تمثل جزءاً من الفعاليات السياسية المهمة في تايوان وخاصة بالنسبة إلى حزب الكومنتانغ. وفي واقع الأمر قبل عام 1986 كانت نسبة 60 في المائة في المتوسط من مرشحي الحزب المذكور ومؤيديه في الانتخابات قائمة على المستوى الإقليمي والريفي حيث تمتع المرشحون بعلاقات وثيقة مع العشائر المحلية. ومن الملحوظ أن المرشحين الذين يتمتعون بدعم العشائر يتمتعون أيضاً بمعدلات مرتفعة من النجاح الانتخابي بأكثر من هؤلاء الذين يفتقرون إلى هذا التأييد (Schaffere 2003: 112) أما موقف حزب الكومنتانغ ضمن العملية السياسية، فضلاً عن ارتباطه الوثيق بالعشائر القوية عند كل مستوى من الحياة السياسية، فقد ساعد الحزب المذكور على تمهيد الانتخابات لصالح المرشحين الذين

(*) البيانات المناظرة يمكن العثور عليها في شينغ وهسو (Ching and Hsu 2002: 168-9) .

يفضّلهم. وبوصفه الحزب الحاكم فقد استأثر بجميع التعيينات الإدارية والقضائية على مستوى الحكومة المركزية فضلاً عن بعض التعيينات المهمة حتى على المستويات المحلية، وكان أن رد الحزب الديمقراطي بأن هذا الأمر ينطوي على ميزة غير منصفة لصالح الكومنتانغ باعتبار أن كثيراً من المسؤولين الحكوميين (ومن ذلك مثلاً مفتشو الضرائب ورجال الشرطة... إلخ) استخدموا مواقعهم المتميزة للدعوة لصالح مرشحي حزب الكومنتانغ وفي بعض الأحيان كانوا يضايقون الناخبين ومرشحي المعارضة على السواء.

ويرتبط وثيقاً بهذه التعبئة المحلية عنصر ما يسمى زوانغ جياو (Zhuang-Jiao) وهو نوع من سماسرة الأصوات ممن يتمثل عملهم في ضمان عدد معين من الأصوات مقابل مكافأة محسوبة. وبرغم أن مثل هذه الممارسات يسّرت أمر شراء الأصوات، إلا أن الهدف ليس مجرد الثراء ولكن عملية بيع الصوت بهذه الطريقة كانت تستخدم من أجل توطيد علاقة شخصية. وبمعنى آخر فهي مقبولة أكثر بوصفها تبادل للمنافع قبل أن تكون مجرد وسيلة لضمان الربح المالي، ولها أثر يتناقص كلما اتسمت الانتخابات بالطابع القومي. وكما اكتشف الكومنتانغ في انتخابات 2000 الرئاسية، فيما يتصل بالتكاليف التي تكبدها، فإن العشائر تتوقع عائداً قليلاً عندما يكون المرشح سياسياً محلياً وعلى ذلك يقل لديها الدافع لتأييد فرد بعينه(*) بينما تكون تكاليف شراء الأصوات بالنسبة إلى الأحزاب فادحة إذا ما كان الهدف هو منصب رفيع. وتتركز قوة الفصائل أو العشائر حول علاقاتها بالساسة المحليين: ففي إطار انتخاب يتم على المستوى الوطني

(*) هذا التقييم يستند إلى محادثة مع مصادر من حزب الكومنتانغ وتريد إخفاء هويتها وكانت بشأن حملتها الانتخابية من عام 1996 إلى عام 2000.

ويضم خمسة مرشحين فقط يصبح الدافع الرئيسي للتواصل مع الحشد المحلي أمراً لا وجود له.

أما الحملات ذات الأسلوب التقليدي في تايوان فيمثلها بصورة دينامية الحشود الجماهيرية التي درجت على أن تكون حافلة بالضجيج ومنتفضة بالحيوية وهي مازالت الطريقة المفضلة في حشد المؤيدين وفي تقديم المرشحين إلى الناخبين، ومن ثم فإن سيارات مكبرات الصوت تجوب الطرقات في كل بلدة كبيرة كي تحث الناخبين على الإدلاء بصوتهم لصالح المرشح المفضل. ويتم تزيين كل شارع بلافتات ورايات الحملة وبألوان الأحزاب الرئيسية التي تحمل اسم أو رقم المرشح الملائم. ومع ذلك فحتى الاجتماعات الشعبية تكيّفت بدورها مع بيئة الميديا الإعلامية، حيث أن توقيتها، فضلاً عن المسرح الذي تعمل على خشبته بات قريباً من استهلاك المواد الإعلامية بقدر ما أنه يتم بصالح جماهير الناخبين. كما أصبحت تغطية هذه الاجتماعات على شاشة التلفزيون ومن ثم على الإنترنت حالياً من خلال صورة قومية، تعكس حالة القوة والوحدة وتتيح للمرشحين أن يتواصلوا فيما يتجاوز مؤيديهم الأصليين الذين يحضرون مثل هذه الفعاليات(*). كما ان الحشود مفيدة أيضاً في تجميع الدعايات المحلية والوطنية بالنسبة إلى المرشحين الأقل شهرة. وعلى سبيل المثال وصفت صحيفة **تايبيه تايمز** واحداً من الحشود في الحملات التي نظموها لصالح المرشح لي ينغ يوان في انتخابات العمدة سنة 2002، على

(*) أنشطة حملات البث عبر محطات التلفزيون خارج البرامج الإخبارية مازالت محل اتهام من جانب اللجنة المركزية الانتخابية بانتهاك قانون الانتخابات برغم أنه في انتخابات كانون الأول/ ديسمبر 2001 كانت معظم محطات الكابل الإخبارية تذيع التجمعات الجماهيرية للأحزاب على مدار شهر تشرين الثاني/ نوفمبر، وكثير من تلك المحطات كانت مشارِكة ليس فقط في إذاعة التجمعات بل كذلك في إنتاجها.

أنها كانت "أقرب إلى حفل موسيقى الروك حيث كانت مكبرات الصوت تزعق وحيث كان الناس يصرخون دونغ سوان بمعنى". اخترناك "باللغة التايوانية. وكما ذكر الناطق باسم "لي" وهو بينغ تيين هاو (Peng Tien-haw) مفسراً: لكي ندعم ترشيح "لى" في فترة معينة وباعتبار أن وجهه جديد نسبياً على سكان تايبيه، فقد اخترنا تنظيم هذا النوع من الحشود في الحملة باعتبار ذلك طريقة مفيدة لتجميع التأييد وتعزيز الثقة والشعبية لصالح المرشح (*Taipei Times*, 18 November 2002).

وفي تايوان فإن مرشحي السياسات المركزية هم الأكثر نفوذاً على الصعيد المحلي (بمعنى في انتخابات المجلس التشريعي والجمعية الوطنية)(*) والسبب في ذلك يتمثل في أن السياسات المهنية التي يركز عليها المرشحون إنما يشجعها النظام الانتخابي المستَخدم في اختيار الساسة المحليين قبل أن تَلقى تشجيعاً بفعل عمليات التحديث المباشرة أو عمليات الأخذ بالأسلوب الاحترافي في تنظيم الحملات. ولأن تايوان مازالت تستخدم الصوت الوحيد غير القابل للتحويل في الدوائر المتعددة الأعضاء على مستوى الانتخابات المحلية، فكثيراً ما يضطر المرشحون إلى أن يحاربوا في حملتين على مستوى دائرة واحدة، باعتبار أن عليهم التنافس مع المرشحين سواء من المعارضة أو من حزبهم نفسه (Hsieh 1996). وهذا النظام التصويتي يترتب عليه آثار خطيرة بالنسبة إلى هيكل وطرائق الحملة الحزبية حيث يحوّل الانتباه من القضايا والسياسات التي تفصل بين المناهج الحزبية وتفرض على المنظمات الحزبية تحديد السبل التي تميز بين مرشحي الحزب نفسه. وعلى ذلك فإن تنظيمات الحملات اكتشفت طرائق

(*) الانتخابات على مستوى التنفيذيين بمناصب العمدة والرئيس تتم تحت نظام فردانية العضوية وتعددية الإقليم.

مبتكرة لتوزيع الأصوات فيما بين المؤيدين المعروفين بما يكفل تكافؤ توزيع الأصوات التي يتم الإدلاء بها بين صفوف مرشحي الحزب في أي دائرة واحدة. وبذلك يقل الخطر من الصوت الوحيد غير القابل للتحويل. وعلى سبيل المثال ففي انتخابات 2001 التشريعية طلب الحزب الديمقراطي من ناخبيه في تايبيه أن يصّوتوا لصالح مرشحين مختلفين حسب رقم البطاقة القومية التي يحملها المؤيد. وفي انتخابات أخرى كانت تواريخ الميلاد هي المعايير المتبعة لتوزيع الأصوات(*) ولم يكن من هذه العمليات ما يعتمد على الصورة.

الحملات السلبية

في كثير من النواحي توجد سلبيات منهجية خطيرة تشوب "تعزيز" الديمقراطية في تايوان. وبالذات شراء الأصوات وأساليب "الذهب الأسود" التي مازالت متفشية. حيث إن السعر السائد في انتخابات عام 2012 يقال أنه كان يعادل مبلغ 30 دولاراً لكل ناخب. وحدث هذا بالرغم من حملة إعلامية على المستوى القومي منذ عام 2000 لتحويل الأنظار عن هذه الممارسة باعتبارها ممارسة لا ديمقراطية (انتخابات عام 2000 تتميز بأنها الأنظف في تاريخ تايوان). وفضلاً عن ذلك فإن استمرار أساليب الحملات السلبية والشريرة والشخصية يشجعه النظام التصويتي المستخدَم في الانتخابات المحلية، إضافة إلى تعطش أجهزة الإعلام لجانب الإثارة. وخلال المقابلات التي تمت بشأن الحملات الانتخابية لرؤساء

(*) يعرف هذا بأنه نظام بي بياو (Pei Piao) (التوزيع الإجباري للأصوات) وللاطلاع على كيفيّة ما أفضى إليه هذا النظام للصوت الوحيد غير القابل للتحويل حين جعل الأحزاب تصطنع سبلاً لتقسيم الدوائر فيما بين المرشحين المتنافسين من جانبها، انظر (Rigger 1999- Chapter 7).

البلديات اعترفت مؤسسة إخبارية للتلفزيون في تايوان بأنها اكتفت بمجرد الاستجابة للطلبات الجماهيرية من أجل تغطية سلبية للحملات(*). وكثيراً ما كان المرشحون، وبتواطؤ من جانب أجهزة الإعلام، ينغمسون في أسلوب اتبعته كثير من الحملات السلبية المشخصنة التي ما كان يمكن السماح بها أو اغتفارها في الديمقراطيات المعززة الأخرى. وبدلاً من ذلك فقد كانت مقبولة بوصفها إحدى خواص الديمقراطية":النخبوية التي تجتاح الثقافة السياسية في تايوان – موافقة وطنية على النهج الإجرائي إزاء الديمقراطية الذي يستخدم تواتر الانتخابات علامة على النضوج الديمقراطي وهو يقبل ذلك باعتباره جانباً من تكاليف حرية التعبير وبدعوى أن ذلك ملمح أساسي يتسم به أي نظام سياسي ديمقراطي.

وعليه، يمكن القول بأن التحوّل الديمقراطي والأخذ بالنهج الليبرالي أديا إلى تغذية الحملات السلبية المشخصنة كروتين وكسمة مقبولة على صعيد الحياة السياسية في تايوان. وفي كثير من الحملات الانتخابية التي تمت بين عامي 1996 و2000 كان المرشحون يُتهمون، وغالباً من جانب مصادر مجهولة، بارتكاب جرائم فظيعة تتراوح ما بين الاغتصاب أو العلاقة مع العصابات أو الانتماء إلى الحزب الشيوعي أو خيانة تايوان (Rawnsley 1997, 2000). وعلى سبيل المثال فإن الرئيس "شن"، ونائبة الرئيس أنيت لو (Annette Lu) ورئيس حزب الكومنتانغ سابقاً لي تنغ هوي (Lee Teng-hui) ظلوا جميعاً يشككون في ولاء ماينغ جو شاغل منصب عمدة تاييه خلال حملة الانتخابات لمنصب العمدة في عام 2002، ويشيرون إلى أنه كان يشكل تهديداً مباشراً للأمن الوطني في تايوان. وظل

(*) مقابلة مع هيساو تسي ينغ (Hsaio Tsui-Ying)، تلفزيون فرموزا، تاييه 2 أيلول/ سبتمبر 1999.

الرئيس "شن" يتندر قائلاً أن السيد المذكور له "قدم هونغ كونغ" (Hong Kong Foot, or Athlete's Foot) مُلمحاً إلى أن العمدة على استعداد كي يبيع تايوان بنفس الطريقة التي باع بها البريطانيون هونغ كونغ (السيد ما زار هونغ كونغ وهي محل ميلاده قبيل الحملة الانتخابية). بل إن "شن" ألمح أيضاً إلى أنه أراد أن يكون رئيساً لمنطقة إدارية صينية خاصة (بمعنى هونغ كونغ) بدلاً من أن يكون عمدة في جمهورية الصين(*) وقد مضت السياسة الانتخابية في تايوان على هذا المنوال من الغمز والمعاني المختلطة والهجمات المستترة بحق واحد من الخصوم السياسيين.

الإشارات التي تعرضت لها هوية السيد "ما" وكفاءته من جانب الرؤساء ونواب الرؤساء والرؤساء السابقين تومئ إلى أن الثقافة الانتخابية في تايوان مازالت حتى الآن تستبد بها فكرة "الحملة الدائمة" بمعنى أن يزوَّد الناخبون بالصور والقضايا في أثناء الحملات وفيما بينها بواسطة المرشحين المصممين على تشكيل العملية السياسية على أساس الاقتراع الجوهري المقبل(**). ولا يملك المرء سوى أن يشعر بأن "شن"

(*) رداً على ذلك فإن لين شان رئيس حزب الكومنتانغ قال إن مثل هذه التفجرات توضح أن الرئيس شن أدرك أنه كان يواجه مصاعب لأن لم يكن لديه إطلاقاً مناص من استخدام الجانب العرقي كمسألة من مسائل الدعاية (كان يمكن لحيلته أن تفيد في بعض البلدان والمدن) كما قال لين ولكنها لن تصلح في مدينة تايبي، تقول المعارضة أن شن كان ضالعاً بشكل مبالغ فيه في الانتخابات (*Taipei Times*, 29 October 2002).

(**) كانت الميديا تتصور أن شن شوي بوان (Chen Shui-bian) سوف يطرح نفسه مرشحاً عن الحزب الديمقراطي في انتخابات 2000 الرئاسية التي بدأت في 5 كانون الأول/ ديسمبر 1998، وهو اليوم الذي خسر فيه منصبه كعمدة تايبيه. على أن خليفته في ذلك المنصب وهوماينغ جو تَدَارس على الفور إمكانية الترشح الرئاسي مستقبلاً عن حزب الكومنتانغ في صباح اليوم الذي تلا انتخابات 2000. وعلى مدار تلك الانتخابات نشرت الصحف استطلاعات الرأي العام التي طلبت إلى الجماهير التعبير عن آرائها بشأن مرشحي منصب العمدة باعتبارهم مرشحين يمكن طرحهم في انتخابات 2004 الرئاسية.

استخدم انتخابات 2002 ليهاجم السيد "ما" باعتباره خصماً محتملاً وقوياً في انتخابات الرئاسة لعام 2004 (*). وعليه أصبحت انتخابات العمودية تصويتاً له أهمية قومية وصّوره المرشحون وميديا الإعلام على أنه مبارزة شخصية بين "ما" و"شن" بعد أن هزم "ما" شن في انتخابات عمدة تايبيه لعام 19(**) 1998.

هناك ثلاث نتائج مهمة يمكن استقاؤها من هذه الهجمات التي تعّرض لها "ما "في حملة 2002 **أولها :**أنها تبّين أن القضايا القومية (والساسة الوطنيين) يمكن أن يلحقوا التلوث بها يعرف بشكل واضح بأنه الحملات الانتخابية المحلية، **ثانياً**: أن الأمثلة توضّح كيف أن السيطرة على قضايا الأمن القومي تظل كياناً عائماً بين الحزبين الرئيسين، بمعنى أنه ينبغي للكومنتانغ أن يركز على العلاقات مع الصين وهو أمر لا يثير كثيراً من الدهشة: فقد كان ذلك هو الموضوع السائد على مدار أكثر من خمسين عاماً (Fell 2003; Rawnsley 1997, 2000, 2003). والأمر الكاشف في هذا الصدد يتمثل في أنه على إدارة الحزب الديمقراطي أن تستجيب إزاء هذه التحديات من جانب الكومنتانغ وأن تدافع عن سجلها باعتبارها حكومة

(*) ينعكس هذا في الطريقة التي تلقت بها إدارة شن الهجوم من جانب المعارضة: في جولة الإعادة في انتخابات 2000، ذكر جيمس سونغ رئيس حزب الشعب الأول أن البلاد تعيش حالة فوضى حقيقية، نحن ليس لدينا رئيس الآن، ولكن لدينا مرشح رئاسة. وليس لدينا حكومة ولكن لدينا مقر لحملة انتخابية (*Taipei Times*, 15 November 2002). على أن السيد ما لم يدخل منافساً في انتخابات 2004 (لين شان وجيمس سونغ تعاونا لإيجاد محالفة زرقاء) (ولكنها تعد منافساً في انتخابات 2008 وفي عام 2004 كان السيد ما هو مدير الحملة الوطنية لمعسكر الزرق).

(**) العداء الذي اشتجر بين شن ومنافسه ما يمكن إرجاعه إلى هذه الحملة وجزء كبير من حملة شن في عام 1998 كان يدور حول مسألة تايوان – شن وصين – ما، انظر (Rawnsley 2000).

قائمة بالعمل وقد قررت هي ذاتها أن تهاجم الكومنتانغ في قضية الأمن القومي **ثالثاً:** إن فوز العمدة "ما" في الانتخابات (وما حققه جيمس سونغ في المركز الثاني في عام 2000) جاء ليؤكد أن الحملات السلبية لا تضمن تحقيق النتائج المبتغاة. وفي واقع الأمر فإن الحملة الشخصية للحزب الديمقراطي ضد "ما" لبثت أن ارتدّت على أصحابها: في عام 1998 فاز في الانتخابات في تايبيه بهامش 51 في المائة من الأصوات. وفقط وفي عام 2002 زاد بالفعل نصيبه من الأصوات إلى 64 في المائة وتلك إشارة واضحة بأن الناخبين يشعرون بصورة متزايدة بأنه لم يعد في وسعهم الارتباط بحزب رئيس واحد كما أن الأصوات غير المحسومة مابرحت بسرعة تشكل أهم أنصار السياسيين في تايوان

النتائج

هذا الفصل طرح سلسلة من النقاط المترابطة بشأن الحملات الانتخابية في تايوان؛ إذ يدلل على كيفيّة أن الثقافة الانتخابية جمعت بين ثقافة التحديث والنهج الاحترافي وبين الأشكال الأكثر تقليدية من حشد الناخبين. وأشار الفصل إلى أن تحوّل تايوان الديمقراطي وأخذها بنهج الليبرالية الاجتماعية جاء ليفرض نتائج بعيدة المدى على السياسة ووسائل الإعلام، فضلاً عن السلوك التصويتي. وأن هذه التغيرات تخللت عملية الحملات الانتخابية. والحاصل أن فهم التغير المنهجي أمر مهم: بغير تفّهم عملية التحوّل الديمقراطي في تايوان تبدو عملية التحوّل في ثقافة الانتخاب أمراً سطحياً. ومن شأن تحليل كامل للثقافة الانتخابية هناك أن يعتمد على الاعتراف بأن التغيرات قد حدثت بعد أن ابتكروا أطراً مؤسسية تتيح مثل هذه التغييرات.

وفضلاً عن ذلك، فقد جاء تطوّر وتطبيق التكنولوجيات الإعلامية

الجديدة، وخاصة البريد الإلكتروني وشبكة الإنترنت ليفتح الباب أمام نطاقات متجددة للاتصال السياسي والتعبئة السياسية ولكن أثرها مازال محدوداً ويلقى اعتراضاً في المجتمعات السياسية الأخرى.

على أن أبرز التغيرات ما يتمثل في الطابع المهني الاحترافي في تنظيم وإدارة الحملة، وهذه نتيجة للتحوّل الديمقراطي حيث يقتصر الأمر عندما تتاح المنافسة الحقيقية، وبالتالي يتعين على الأحزاب أن تصمم حملاتها من أجل تحديد أدق لفرصها في الفوز الانتخابي. وبالنسبة إلى حزب الكومنتانغ، فهذا النهج المهني فرضته حادثتان رئيسيتان: نشوء تنغواي والحزب الديمقراطي كمعارضة قانونية، وقرار السماح للناخبين بانتخاب الرئيس ونائب الرئيس. وهذه التطوّرات السياسية أدت إلى انحسار الاعتماد على الفصائل القائمة محلياً. وكان الكومنتانغ قد درج على أن يكون مصدر دعمه الرئيس هو الفصائل التي كانت لا تتوقع سوى النذر اليسير من العائد عندما لايكون المرشح سياسياً محلياً، ومن ثم فدوافعها تقل كثيراً لدعم أي مرشح بعينه على نحو ما اكتشف حزب الكومنتانغ في عام 2000، ولذلك فإن الارتباطات مع الفصائل ومع جماعة زوانغ جياو لا تكفل أي ضمانات في الانتخابات الوطنية.

كذلك كان الأخذ بالنهج المهني الاحترافي يتساوى في الأهمية بالنسبة إلى الحزب الديمقراطي. وما أن اكتسب شرعية وجوده حتى أدرك أن عليه أن يطرح صورة أكثر إيجابية لمرشحيه لكي يرّد على توصيف حركة المعارضة بأنها عنيفة ومدمرة ولا يعنيها سوى التركيز على تايوان وحدها ولا تهتم إلا بضمان الاستقلال لتايوان، وبمعنى آخر كان عليه أن يّحول الحزب الديمقراطي إلى حزب حديث وسياسي يمكن اعتباره بديلاً ذا مصداقية عن حكومة الكومنتانغ. وفضلًا عن ذلك تعّين على الحزب

الديمقراطي أن يتحدى أصحاب المناصب من الكومنتانغ وأن يعارض المزايا التي راكمها الحزب على مدار 50 عاماً في السلطة. والآن فإن إدارة الحزب الديمقراطي تواجه الكثير من نفس التحديات التي سبق وأن واجهها الكومنتانغ وقد تعلمت سريعاً الفروق بين الحكم والمعارضة: من اليسير دائماً شنّ الهجوم بدلاً من الدفاع، وعلى ذلك في الحملة الرئاسية لعام 2004، حرص المرشح "شن" على أن يتجنب باستمرار المناقشة في المجالات التي كان هو الأضعف فيها، ومن ذلك مثلاً الاقتصاد (أياً كانت الأسباب فإن الركود الاقتصادي الوحيد الذي عاشته تايوان حدث خلال رئاسة "شن" وبذلك فقد ركّز بدلاً من ذلك على العلاقات عبر المضايق وعلى الهوية، وتحقق ذلك جزئياً من خلال الاستفتاء الذي مازال موضع جدل وعقد في اليوم نفسه مع الانتخابات الرئاسية وهيمن على المناقشة في حملة الإعادة، كما يفسر الاستخدام الذي استغل حادثة 28 شباط/ فبراير 1947) عندما تعرض أهل تايوان لمذبحة على يد القوات العسكرية لحزب الكومنتانغ وكان هناك سلسلة وطنية شهدت عقد الخناصر بالأيادي من شمال تايوان إلى جنوبها وتقصد إلى تشجيع المصالحة الوطنية والوحدة والوئام العرقي ولكن بدلاً من ذلك تم اختطافها لصالح الحملات الانتخابية وتحوّلت إلى ممارسة لتعبئة التأييد لصالح "شن".

وعلى عكس التوقعات فإن الأخذ بالنهج الاحترافي لم ينتج عنه بشكل تام "أمركة" الحملات الانتخابية في تايوان؛ فالصورة مهمة لأنه عند مستوى المنصب الذي هو محل تنافس، سواء كان في انتخابات العمودية أو الرئاسية، يتم التركيز بالضرورة على الأفراد ولكن ليس من دليل يوحي بأن الأمر يضحي بالمادة أو المضمون، أو أن القضايا لم تعد مهمة. ولكن في واقع الأمر فإن القضايا هي التي قررت مصير آخر انتخابين رئاسيين:

العلاقات مع جمهورية الصين الشعبية في عام 1996والفساد السياسي في عام 2000.

وأهم النتائج تتمثل في أن الملامح التي تحدد الحملات الانتخابية في تايوان: لون وصوت الاجتماعات الانتخابية والاعتماد على شبكات الرعاة – المتمولين في الانتخابات المحلية وحتى التراجع في ممارسة شراء الأصوات، مازال هذا كله يبعث النشاط في أوصال السياسة الانتخابية بما يوضح أن الديمقراطية لم تحوّل الثقافة الانتخابية في تايوان إلى حد يتجاوز التعرف عليها، ولم يحاول أحد أن يصف هذا النهج الواضح من حيث ثنائيته واتباعه إزاء تنظيم الحملات الانتخابية بأكثر تعبيراً مما توصل إليه إريك سوتيديه (Eric Sautedé):

الحملات الانتخابية (لعام 2000) عكست بدقة المجتمع التايواني المعاصر: إنه خليط مدروس ما بين التراث والمعاصرة وتحالف عجيب للرموز المستقاة من واقع الأرض وأيقونات الاستعراضات الأميركية الأسلوب فضلاً عن مزيد راق يجمع في مواده بين التعبيرات عن الولاء المدني وبطعم الولاءات المحلية المزودة بلمسات روحية قوية.

(Sautedé 2000: 52).

المراجع

Chao, L. and Myers, R. H. (1998) *The First Chinese Democracy. Political Life in the Republic of China on Taiwan,* Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press.

Cheng, T. J. and Hsu, Y. M. (2002) "The March 2000 election in historical and comparative perspectives. Strategic voting, the third party, and the non-duvergerian outcome", in

B. J. Dickson and C. M. Chao (eds) *Assessing the Lee Teng-hui Legacy in Taiwan's Politics. Democratic Consolidation and External Relations,* Armonk, NY: M. E. Sharpe.

Dickson, B. J. (1996) "The Kuomintang before democratization. Organizational change and the role of elections", in H. M. Tien (ed.) *Taiwan's Electoral Politics and Democratic Transition. Riding the Third Wave,* Armonk, NY: M. E. Sharpe.

Fell, D. (2002) "Party platform change in Taiwan's 1990s elections", *Issues & Studies*, 38(2) : 31-60.

-----(2003) "Party change and the democratic evolution of Taiwan, 1991-2001", Ph.D. thesis submitted to the University of London.

Freedom House (2001) "Freedom in the World 2000-2001"; table of countries: comparative measures of freedom. Online. Available HTTP: <http://www.freedom house.org/ research/freeworld/2001/tablel.htm> (accessed 22 September 2004) .

Glass, A. J. (1996) "On-line elections. The Internet's impact on the political process", *Harvard International journal of Press/ Politics,* 1 (4) : 140-6.

Hsieh, J. F. (1996) "The SNTV system and its political implications", in H. M. Tien (ed.) *Taiwan's Electoral Politics and Democratic Transition. Riding the Third Wave,* Armonk, NY: M. E. Sharpe.

Huang, T. F. (1996) "Elections and the evolution of the Kuomintang", in H. M. Tien (ed.) *Taiwan's Electoral Politics*

and Democratic Transition. Riding the Third Wave, Armonk, NY: M.E. Sharpe.

Marrek, P. (1995) *Political Marketing and Communication,* London: John Libbey.

Myers, R. H., Chao, L. and Kuo, T. C. (2002) "Consolidating democracy in the Republic of China on Taiwan, 1996-2000", in B. J. Dickson and C. M. Chao (eds) *Assessing the Lee Teng-hui Legacy in Taiwan's Politics. Democratic Consolidation and External Relations,* Armonk, NY: M. E. Sharpe.

Rawnsley, G. (1997) "The 1996 presidential campaign in Taiwan. Packaging politics in a democratizing state", *Harvard International Journal of Press/ Politics,* 2 (2) : 4 7-61.

-----(2000) "Where 's the beef? The 1999 mayoral election campaigns in Taiwan", *American journal of Chinese Studies,* 7(2) : 147-69.

-----(2003) "As edifying as a bout of mud wrestling. The 2000 presidential election campaign in Taiwan", in G. Rawnsley and M. Y. T. Rawnsley (eds) *Political Communications in Greater China,* London: Routledge Curzon.

-----(2004) "Treading a fine line. Democracy and the media in Taiwan", *Parliamentary Affairs,* 57 (1) : 209-22.

Rigger, S. (1999) *Politics in Taiwan. Voting for Democracy,* London: Routledge.

Sautedé, E. (2000) "Electioneering Taiwan-style", *China Perspectives,* 29: 52-6.

Schafferer, C. (2003) *The Power of the Ballot Box. Political Development and Election Campaigning in Taiwan,* New York: Lexington.

Thurber, J., Nelson, C. and Dulio, D. A. (2000) "Portrait of campaign consultants", in J. Thurber and C. Nelson (eds) *Campaign Warriors. Political Consultants in Elections,* Washington, DC: Brookings Institute Press.

Wachman, A. M. (1994) *Taiwan. National Identity and Democratization,* Armonk, NY: M. E. Sharpe.

الفصل التاسع

أين الحزب؟
(التلفزيون والحملات الانتخابية في روسيا)

سارة أوتز

برغم أن الأحزاب السياسية قد تم إنشاؤها لفترة طويلة جداً قبل أن يحلم أي فرد بالتلفزيون إلا أنه بات من الصعب الآن تصوّر كيفيّة أداء الأحزاب لمهمتها بغير هذه الوسيلة الإعلامية. فالتلفزيون يطرح أمام المواطنين الكلمات والصور المرتبطة بزعمائهم على أساس يومي بحيث يقدم لهم على الأقل وهْم التواصل مع ساستهم وحكومتهم. وخلال الحملات الانتخابية، فإن التلفزيون بالذات يهيئ أهم مصادر المعلومات للناخبين. ومع ذلك ففي روسيا جاء التطوّر بين صلة الأحزاب والتلفزيون منعكساً، باعتبار التلفزيون نظاماً قوياً ومؤثراً وكان قائماً قبل إنشاء الأحزاب السياسية في الدولة الروسية الفتية. فقد تعّين على الأحزاب أن تتعلم كيف تسوّق نفسها من خلال التلفزيون بدلاً من أن تتعلم وسيلة التلفزيون كيف تغطي الأحزاب السياسية القائمة. وثمة قرائن من عام 1993 إلى عام 2004 بما في ذلك الأسلوب الذي اتبعته الأحزاب السياسية في اختيار تسويق نفسها والأسلوب الذي تتم به تغطية الأحزاب السياسية من أجل

تسويق نفسها، وكيفيّة تغطية الأخبار المسائية للسياسيين، وكلها توضح أن مؤسسة التلفزيون أصبحت تهيمن على مؤسسة الأحزاب السياسية.

هذا الفصل سوف يدرس أولاً كيف تعمل كل من هذه الأحزاب السياسية الروسية والمرشحون الرئاسيون هناك وكيفيّة تسويق أنفسهم على شاشة التلفزيون. وبعد ذلك يجري تحليل أسلوب تغطية كبرى القنوات التلفزيونية للحملات الانتخابية. وأخيراً يتم تدارس الأسلوب الذي استجاب به الناخبون إزاء هذه الحملات في مجال التسويق. ويبدو أن التلفزيون الروسي قد دفع إلى إيجاد أحزاب تنطلق على أساس الميديا الإعلامية. "الأحزاب الإذاعية" التي لا تمتلك أي جذور واقعية على مستوى الناخبين ولا تصدر عن أي أيديولوجية ملموسة بها يتجاوز مجرد خدمة احتياجات سادتها السياسيين وهذا هو الأنكى إذ لا تنطلق من موقف المساءلة أمام الجمهور.

دور التلفزيون في السياسة والانتخابات

السؤال هو أين تقع دراسة الميديا الروسية والسلوك التصويتي الروسي ضمن السياق الأوسع لأدبيات السلوك التصويتي؟ ذلك أمر أساسي من أجل إلقاء الأضواء على النظريات القائمة بشأن طبيعة العلاقة بين الميديا والتصويت، وخاصة لأن النظام السياسي الروسي تم تشكيله على أساس نموذج غربي. وبالإضافة إلى ذلك فقد عقدت روسيا ثمانية انتخابات للبرلمان والرئاسة بين عامي 1993 و2004 وهي منافسات لم ترق إلى تلبية التوقعات الديمقراطية بالنسبة إلى كثير من المحللين والدارسين وبعض الساسة الروس أنفسهم. وبهذا المعنى تظل روسيا بمثابة "الانفجار العظيم" لوسائل الإعلام والسياسة: فرصة للملاحظة

الترابط الدقيق بين الميديا والأحزاب وجماعة الناخبين في مرحلة من التغير السريع وفي بيئة خالية نسبياً من السياسات الديمقراطية الراسخة.

أما النموذج الكلاسيكي للعلاقة بين الحزب والناخبين فيأتي من مدرسة ميتشغن للسلوك التصويتي (Campbell et al. 1960) والانطلاق من النتائج التي توصل إليها برلسون (Berelson et al. 1954) بأن نية المصوتين، وقد كانت ثابتة نسبياً وغير متأثرة بالرسائل الإعلامية، جعلت العلماء في الولايات المتحدة يضعون نظريات بشأن الهويات الحزبية في الأجل الطويل. وفي أوروبا أشار ليبست (Lipset) وروكان (Rokkan) في عملهما الفكري (1967) إلى، أن تطوّر الحزب ونجاحه يعادلان الروابط المجتمعية ومنها مثلاً الديانة والطبقة. وفي هذين النهجين النظريين لا تقوم الوسائل الإعلامية إلا بدور هامشي. لكن هذه ليست نقطة مطلقة أو مطروحة بغير معارضة؛ فهناك من العلماء من يقول بأن دراسات التصويت في الولايات المتحدة في عقدي الخمسينات والستينات من القرن الماضي كانت تتم في حقبة مختلفة، وتتسم بمزيد من الاستقرار. فضلاً عن ذلك فقد تآكلت قوة الأحزاب بينما تزايدت قوة الوسائل الإعلامية من خلال تلفزيون الكابل، إضافة إلى التلفزيون الرقمي وشبكة الإنترنت التي تنمو بشكل مطرد. ومع ذلك فمن الواضح أن المعلومات المتصلة بالأحزاب والميديا الإعلامية كانت متجانسة بأكثر مما هو الحال بالنسبة إلى الوضع في روسيا.

يبقى السؤال عما يخلّفه هذا الوضع على دراسة الميديا والسلوك التصويتي في روسيا. أنه يشير إلى أن النظام الإعلامي المتأصل والموروث من الاتحاد السوفياتي لا بدّ وأن يؤثر، وربما يهيمن على هيكل حزبي مازال وليداً هناك. ويوجد من القرائن ما يكفي للإشارة إلى أن الإعلام له أهميته

الملموسة الواسعة في الانتخابات الروسية، باعتبار أن الناخبين لم تكن قد أتيحت لهم فرصة كبيرة بما يكفي لبناء الولاءات أو اتخاذ تفضيلات ثابتة إزاء أحزاب بعينها. وبدلًا من ذلك فإن مسوحات الرأي العام قبل الانتخابات البرلمانية والرئاسية من عام 1993 إلى 2000 أوضحت أن تحوّلات واسعة النطاق في الرأي العام وفي النوايا التصويتية للأحزاب والمرشحين حدثت في غضون أسابيع، لا بل قبل أيام من تواريخ استطلاعات الرأي. وفي الوقت نفسه فإن الدراسات المتعلقة بتغطية الأخبار المسائية خلال الانتخابات الروسية توضّح نمطاً من التغطية السياسية غير المتوازنة، لأنها تتسم بتأكيدات متحيزة على الأحزاب والمرشحين المؤيدين للحكومة فضلاً عن حملات أكثر عنفاً وتشهيراً بحق معارضي الحكومة (European Institute for the Media 1996a, and 1996b; Oates and Roselle 2000). وبرغم أن هذه التكتيكات واضحة وملحوظة من جانب المشاهدين الروس، يظل السؤال مطروحاً بشأن السبب الذي حَمَل وسائل الإعلام في روسيا على تشويه النظام السياسي لدرجة يقال معها إن التلفزيون الروسي بات يمثل أقوى مؤسسة سياسية في البلاد (*).

تشير بيانات الرأي العام إلى، أن التلفزيون مازال يشكل نفوذاً محورياً في المجتمع في روسيا. ويرجع ذلك جزئياً إلى عنصر الاقتصاديات باعتبار أن كثيراً من المستهلكين لم يعد بمقدورهم تحمّل أسعار الصحف فيما لا يزال التلفزيون منتشراً بغير رسوم للترخيص. أما الحاسبات

(*) هذه القرينة تأتي من 24 من الجماعات المحورية التي قام المؤلف بترتيبها وتم تنفيذها في موسكو وإوليانوفسك (Ulyanovsk) وفورونيز (Voronezh) بواسطة شركة البحوث الروسية المحدودة (Russian Research Ltd) في عام 2000. كما أن الجماعات المحورية إضافة إلى دراسة استقصائية من شهر نيسان/ أبريل 2001 على نحو ما هو مذكور في هذا الفصل تم تمويلها بواسطة المجلس الاقتصادي ومجلس البحوث الاجتماعية البريطاني.

الإلكترونية الشخصية فهي مازالت بعيدة عن إمكانيات معظم المستهلكين فضلاً عن قلة السبل المتاحة أمام الموجات الرقمية. وهناك 6 قنوات رئيسية على المستوى القومي (انظر الجدول 1.9) ، كما أن نسبة 77 في المائة من المستجيبين إزاء دراسة استقصائية تم إجراؤها في عام 2001 أفادت بأنهم يشاهدون التلفزيون يومياً. ثم هناك نسبة 65 في المائة من المستجيبين أعربت عن شعور بأن تلفزيون الدولة هو "أقل مصادر الإعلام تحيزاً" وأكثرها "موثوقية". وفي واقع الأمر فهناك المزيد من المستجيبين (57 في المائة) كانوا يعربون عن ثقة "كاملة" أو "كبيرة" في تلفزيون الدولة بأكثر من ثقتهم في القوات المسلحة (50 في المائة) أو الحكومة (30 في المائة) أو البرلمان (16 في المائة). وفي المقابل لم يكن هناك سوى 11 في المائة من المستجيبين الذين ادعوا أن لديهم ثقة "كاملة" أو "كبيرة" في الأحزاب السياسية مما وضعها في قاع جدول الجدارة بالثقة.

من هنا فالأحزاب السياسية التي لم تكن تتمتع لا بالثقة ولا بالتقدير في روسيا، إلا أنها انتشرت ولكنها فشلت في توطيد سلطاتها منذ انهيار الاتحاد السوفياتي في 1991. أما النظام الانتخابي الذي تم إنشاؤه بموجب الدستور الروسي في عام 1993 فقد شجّع الأحزاب السياسية باثنتين من الطرق الحيوية كانت أولاهما تتمثل في أن 225 من مقاعد المجلس الأدنى في البرلمان "الدوما" وعددها إجمالياً 450 مقعداً تتم بالانتخاب من خلال قائمة حزبية على المستوى القومي وأي حزب يفوز بأكثر من نسبة 5 في المائة من الصوت القومي كان يجازي بعدد تناسبي من مقاعد القائمة الحزبية في مجلس الدوما. وبالإضافة إلى ذلك فالأفراد الذين كانوا يترشحون على بقية المقاعد في دوائر العضوية المنفردة وعددها 225 عبر روسيا، كان بوسعهم أن يرتبطوا بحزب سياسي على نحو ما فعل الذين

كانوا يترشحون لنيْل 178 مقعداً في المجلس الأعلى من البرلمان(*) وقد عقدت أول انتخابات مجلس الدوما في عام 1993 حيث كانت الانتخابات قد أجلت لعام 1995 وبعدها تم التخطيط لإجراء الانتخابات المنتظمة كل أربع سنوات أما دور الأحزاب السياسية فقد تُرك على نحو بعيد عن التحديد بالنسبة إلى الانتخابات الرئاسية التي حددوا لها بدورها كل أربع سنوات. ومن هنا فإن المرشحين الرئاسيين الناجحين في الانتخابات، وهما بوريس يلتسين وفلاديمير بوتين أعلنا أنهما "فوق الأحزاب" ثم فازا بغير أي ارتباطات حزبية.

أورد الحزب الديمقراطي أن بأن هذا الأمر فيه ميزة غير عادلة لصالح الكومنتانغ **الجدول 1.9**

قنوات التلفزيون الروسية: المِلكية وحصة جمهور المشاهدين

	الاسم	الملكية	المشاهدة اليومية (٪)
1	القناة الأولى	51٪ مملوكة للدولة والباقي خليط من الشركات العامة والخاصة ولكنها في واقع الأمر تحت سيطرة الرئاسة في الكرملين	83
2	التلفزيون والراديو الروسي	مملوك للدولة	71
3	مركز التلفزيون	ممول أساساً من حكومة مدينة موسكو	16

(*) مجلس الاتحاد لم يتم قطّ إعادة انتخابه. والممثلون معينون حالياً. وبالإضافة إلى ذلك، فقانون انتخاب الدوما تم تعديله حالياً وأصبحت جميع المقاعد يتم توزيعها من خلال نظام القائمة الحزبية.

4	التلفزيون الوطني	تجاري وسيطرت عليه المصالح الموالية للكرملين في عام2001	53
5	الثقافية	مملوكة للدولة وتم إنشاؤها بمرسوم رئاسي في عام 1997، وهي القناة الوحيدة التي لا تعرض إعلانات مدفوعة	8
6	التلفزيون- 6	هي قناة رياضية تجارية في الوقت الحالي وظلت خلال فترة موجزة منبراً لإعلاميي المعارضة من التلفزيون التجاري	غير متوافر

المصدر (استخدام وسائل الإعلام) : دراسة استقصائية عن البالغين لعام 2000 أجراها مركز البحوث الروسي في نيسان/ أبريل 2001.

ملاحظات:

معروف سابقاً بأنه التلفزيون الروسي العام وقبل ذلك معروف بأنه Ostankino.

غالباً ما يشار إليه بأنه التلفزيون المستقل.

من الناحية النظرية كان ينبغي للنظام الحزبي أن يمحو اتجاه التطرف بما يحتويه من حاجز الخمسة في المائة ويشجع على تثبيت وجود الأحزاب ويخدم بوصفه دافعاً لإيجاد نظام حزبي مستقر نسبياً. لكن النتائج العملية كانت أبعد ما تكون عن ذلك، وبخاصة بعد النتيجة الغريبة التي أسفرت عنها انتخابات الدوما الأولى في عام 1993 للاطلاع على النتائج الموجزة لانتخابات الدوما في الفترة 2003-1993، انظر الجدول 2.9 وفيها كان زعماء حزب خيار روسيا المؤيد للحكومة، والموجّه نحو السوق، يتوقعون

نتائج قوية لصالحهم فإن الذي حقق هذه النتائج هو الحزب الديمقراطي الليبرالي القومي الكاره للأجانب في روسيا، وهو الذي سيطر على قائمة الانتخابات الحزبية في تلك الفترة. ولأن الديمقراطيين الليبراليين كانوا يمثلون تلك النوعية من الحزب المتطرف المفترض أنه قد أزيح عن الساحة بواسطة حاجز الخمسة في المائة فقد جاء ذلك بمثابة ضربة لحكومة يلتسين. على أن حزب خيار روسيا أدى بصورة جيدة إلى حد كبير في دوائر العضوية الفردية حيث ترك مجلس الدوما الأول بقاعدة من التعددية التي كانت تخص القوى المؤيدة للحكومة. وبرغم حظره لفترة من الوقت وحيازته قدراً محدوداً من اهتمام الإعلام فإن الحزب الشيوعي في الاتحاد الروسي (وهم الخلفاء المعترف بهم للحزب الشيوعي في الاتحاد السوڤياتي) أدى أداء مرموقاً حيث نال 12 في المائة من أصوات القوائم الحزبية في عام 1993 فيما فازت أحزاب يبلغ مجموعها ثمانية أحزاب في سباق القائمة 1993 وتم تمثيل أحزاب أخرى بواسطة مرشحين نجحوا في سباقات الدوائر الفردية.

على مدار جولات الانتخابات الثلاث التالية لمجلس الدوما في عام 1995 إلى 2003 فإن قدرة الأحزاب على تجاوز حاجز الخمسة في المائة ما لبثت أن أصابها الضعف حيث اقتصر الأمر على أربعة أحزاب هي التي نجحت في عام 1995 وعلى ستة أحزاب في عام 1999 ثم على أربعة أحزاب في عام 2003. ولا يوجد سوى حزبين هما اللذين نجحا في سباق القائمة الحزبية في جميع انتخابات الدوما، وهما الديمقراطيون الليبراليون والشيوعيون (شيوعي هنا تشير تحديداً إلى الحزب الشيوعي للاتحاد الروسي). وقد فاز يبلوكو (Yobloko) وهو حزب ليبرالي نسبياً بمقاعد في القائمة الحزبية في أعوام 1993 و1995 و1999. وفي جميع

جولات الانتخابات الأربع كان المتنافسون الناجحون الآخرون على مستوى القوائم الحزبية هم المموَّلون - أو على الأقل المدعومون - من جانب القوى المؤيدة للحكومة: روسيا وطننا في عام 1995؛ الوحدة، اتحاد قوى اليمين ثم وطن الآباء - عموم روسيا في عام 1999 إضافة إلى روسيا المتحدة ورودينا (الوطن الأم) في عام 2003. وكان هناك ما متوسطه 26 حزباً خاضت سباق القائمة الحزبية في مجلس الدوما في كل انتخاب. وفيما استطاعت حفنة من هذه الأحزاب أن تدفع بقادتها إلى الواجهة الوطنية وإلى شغل مقعد في مجلس الدوما، فإن الأمر اقتصر على أولئك الذين استطاعوا أن يفوزوا بمقاعد في القائمة الحزبية. وعليه كان هناك عبء هائل نجم من ناحية العدد الكبير من الأحزاب الواردة في قائمة الاقتراع ولكن عوّضه توافر الاستقرار من الناحية الأخرى لأن نفس الحفنة من الأحزاب والقوى المؤيدة للحكومة عادت تحت أسماء مختلفة إلى مجلس الدوما بفضل القائمة الحزبية في كل انتخاب.

ضمن هذا النمط كان هناك بعض الاتجاهات المهمة في تسويق الأحزاب السياسية الروسية؛ فالأحزاب المؤيدة للحكومة تعلمت أن تكون أقل تأييداً لسياسة السوق وأقل اتجاهاً نحو الغرب وهذا درس كان عليها أن تتعلمه من واقع مراقبة الحملات الشعبوية التي قام بها فلاديمير زيرينوفسكي (Vladimir Zhirinovsky) ذو النزعة القومية الموغلة ومن معه من الديمقراطيين الليبراليين، وهو الذي أجاد توجيه رسائله إلى مختلف شرائح السكان، فضلاً عن التدقيق في الاقتراحات السياسية التي طرحها بوضوح، وإن كان يشوبها أنها عصية على التنفيذ في أرض الواقع. بالإضافة إلى ذلك فقد عُني بألا يربط نفسه مع الأفكار الغريبة واختار بدلاً من هذا أن يطلق تصريحات معادية للأجانب وأن يلعب على مشاعر

الروح القومية الروسية وكان واضحاً مع حملة الدوما في عام 1995 أن الأحزاب كانت تتحوّل إلى صور من الوطنية الروسية/ السوفياتية وليس المثل الغربية. وبهذا المعنى فقد كانت الأحزاب تحاكي أفكار الديمقراطيين الليبراليين (الذين رأو أن قائمتهم الحزبية وقد نقصت أو كادت إلى النصف من عام 1993 إلى عام 1995). وبالإضافة إلى ذلك فثمة دراسة للبرامج الحزبية توضّح أن الأحزاب السياسية الروسية في عمومها أصبحت نزعتها أقل توجهاً نحو الغرب وأكثر انعطافاً نحو التوجه القومي وأقل كثيراً فيما يتعلق بتفضيل اقتصاد السوق من 1993 إلى عام (Oates 1998) 1995 ولم يكن بوسع أي من زعماء الأحزاب أن يضاهي جيرينوفسكي فيما يتصل بطروحاته الجسورة أو مواقفه الشجاعة. ولكن الأحزاب الأخرى عملت بالفعل على الإفادة من قدرته على تحسين استهدافه للتفضيلات العقائدية للناخب الروسي. وبحلول انتخابات الدوما في عام 1999 فإن حزب الوحدة المؤيد للحكومة كان يعتمد على صور العسكريين الروس في شيشينيا وعلى جهود إنفاذ القوانين بل وعلى مُصارع إغريقي روماني شهير يردي خصومه أرضاً على الساحة وهو ما كانوا يعرضونه في الوقت المتاح وفي الإعلانات المدفوعة. أما الشيوعيون فقد نظموا حملات أكثر هدوءاً وخاصة باعتبار أنهم لم يشتروا إعلانات متلفزة ولذلك كان من الصعب عليهم أن يحصلوا على تغطية إخبارية خالية من التحيز.

ملاحظة

الاتجاه من وضع المؤلف استناداً إلى الوثائق الحزبية والتغطية الإعلامية والبيانات الصادرة عن القيادات الحزبية والإعلانات المجانية والمدفوعة.

الجدول 2.9

نتائج انتخابات القائمة في مجلس الدوما الروسي، :2003 - 1993 الأحزاب التي عبرت حاجز الـ5٪

السنة	الحزب	الاتجاه السياسي	الأصوات ٪
1993	الحزب الديمقراطي الليبرالي لروسيا	قومي	23.5
	حزب خيار روسيا الشيوعي للاتحاد الروسي	إذاعي/ مؤيد للحكومة	15.5
	الحزب الشيوعي للاتحاد الروسي	شيوعي	12.4
	المرأة الروسية	مصالح خاصة	8.1
	الحزب الزراعي	مصالح خاصة	8.0
	يبلوكو	ليبرالي	7.9
	حزب الاتحاد والتوافق الروسي	مؤيد للحكومة/ ليبرالي	6.8
	الحزب الديمقراطي لروسيا	ليبرالي	5.5
1995	الحزب الشيوعي للاتحاد الروسي	شيوعي	22.3
	الحزب الديمقراطي لروسيا	قومي	11.2
	روسيا وطننا	إذاعي/ مؤيد للحكومة	10.1
	يبلوكو	ليبرالي	6.9
1999	الحزب الشيوعي للاتحاد الروسي	شيوعي	24.3
	الوحدة	إذاعي/ مؤيد للحكومة/ موسكو/ الكرملين	23.3
	حزب وطن الآباء لعموم روسيا	إذاعي/ مؤيد للحكومة/ موسكو - الأقاليم	13.3

	اتحاد قوى اليمين	إذاعي/ مؤيد للحكومة/ ليبرالي	8.5
	حزب روسيا الديمقراطي الليبرالي	قومي	6.0
	يبلوكو	ليبرالي	5.9
2003	روسيا المتحدة	إذاعي/ مؤيد للحكومة	37.6
	الحزب الشيوعي للاتحاد الروسي	شيوعي	12.6
	حزب روسيا الديمقراطية الليبرالي	قومي	11.5
	الوطن الأم	إذاعي/ قومي/ مؤيد للحكومة	9.0

المصدر: نشرات اللجنة الانتخابية المركزية الروسية.

ثم جاءت انتخابات مجلس الدوما في عام 2003 لتشهد ترسيخاً لبعض الاتجاهات في الانتخابات الروسية وفي بناء الحزب هناك باعتبار أن الأحزاب التقليدية فقدت الأصوات، أما الأحزاب الأحدث القائمة على أساس التواصل الإعلامي فحازت أصواتاً بشكل عام. ومن المنافسين السابقين الذين استهلوا الحياة الحزبية على أساس أنها أحزاب "إذاعية" حزبا الوحدة والوطن – عموم روسيا وقد ضما صفوفهما في عام 2003 لإنشاء الحزب الروسي المتحد القوى. وهذا الحزب الذي تمتع بموارد هائلة من جانب الدولة وكذلك بمباركة سافرة من جانب الرئيس، فضلاً عن تأييد إعلامي واسع النطاق، حقق أكبر نجاح على الإطلاق في أي انتخابات لمجلس الدوما حيث حصل على ما يكاد يكون 38 في المائة من تصويت القوائم الحزبية. وفي الوقت نفسه فإن حظوظ الشيوعيين الذين كانوا محل تجاهل وأحياناً محل هجوم في وسائل الإعلام انخفضت إلى نحو 13 في المائة من الأصوات. ويوضح استعراض للتغطية الإعلامية

- وكذلك للبرامج الحزبية السياسية، فضلاً عما أذيع من إعلانات مجانية وغيرها - أن الأحزاب المختلفة عمدت إلى متابعة المؤيدين التقليديين الشيوعيين من خلال استراتيجية ثنائية حيث كانت تدعي أن الشيوعيين باعوا أنفسهم للمصالح التجارية، وأن حزبهم كان من الأفضل له أن يلبّي الاحتياجات الاجتماعية للعمال والمحاربين القدماء والمتقاعدين وأهل الريف، أو أن هناك مجموعات تعد تقليدياً من مؤيدي الشيوعيين. وهذه الاستراتيجية تجلت أهميتها بالذات بالنسبة إلى حزب الوطن الأم الجديد الذي تمتع ببعض التأييد الحكومي وبتغطية إعلامية إيجابية. كذلك فقد تراجع الديمقراطيون الليبراليون إلى حد ما حيث فازوا بما يقرب من 12 في المائة من الأصوات.

من أهم الاتجاهات المقلقة في التطوّر الحزبي في روسيا بين عامي 1993 و 2003 ما جاء متمثلاً في الاتجاه إلى الاعتماد بصورة متزايدة على الشكل قبل المضمون؛ فجميع الأحزاب تستخدم قدراً كبيراً من التسويق من أجل أن "تبيع" أفكارها إلى الناخبين. ومع ذلك وعلى مدار عقد من الزمن في روسيا، كان من الصعب للغاية أحياناً اتضاح ما إذا كان ثمة عنصر سياسي حقيقي يكمن خلف لافتات الحملة وهذا أفضى بمحلل تلفزيوني إلى أن يصنف أحزاباً على أنها لا تعدو كونها "أحزاباً إذاعية" خلال حملة الدوما في عام 1999(*). وكان ذلك مصطلحاً مثيراً للاهتمام حيث يشير إلى أن الأحزاب لم تعد كونها مجرد مجموعة مختارة من الصور والمقاطع الصوتية في أخبار المساء وفي الإعلانات التي كانت تبثها. وثمة اتجاه مقلق آخر يتمثل بصورة خاصة في تركيز وسائل الإعلام الجماهيرية

(*) مقابلة المؤلف مع إيلينا روكوتسيفا (Yelena Rukovtseva)، موسكو كانون الأول/ ديسمبر 1999.

ولاسيما القنوات الوطنية القوية في أيدي القوى المؤيدة للكرملين؛ فقد استخدم النظام تكتيكات مالية مشبوهة من أجل استبعاد مشاهير منتجي الأخبار، خاصة لانتزاع السيطرة على محطات التلفزيون التجارية من أيدي الذين لا يؤيدون إدارة بوتين سواء في عام 2001 أو في عام 2003. وهذه المناورات القانونية كان يكمن وراءها عنف واسع النطاق مورس ضد الإعلاميين، الذين كان مصير الكثير منهم هو القتل لدى محاولة الإعلام عن أحداث تتراوح ما بين الفساد إلى الحرب في الشيشان.

اقتصر الأمر على حفنة من الأحزاب التي كانت تمتلك الوسائل الكافية لكي تطرح صورتها على الموجات الإذاعية، وكان من الأهمية بصورة تستطيع الأحزاب التأثير على التغطية الإخبارية وعلى المحتوى البرنامجي الآخر الذي يتعلق على الأقل بما تبثه قناة تلفزيونية وطنية، ويفضل أن تكون القناة الأولى المملوكة للدولة. وكان يتعين على هذا الحزب أو ذاك أن يكون جّيد التمويل ليس فقط لشراء وقت معقول على الهواء، ولكن أيضاً لتوزيع الرشاوى عند اللزوم مقابل التغطية (برغم أن توافر النفوذ السياسي كان أمراً مفيداً أكثر بصورة عامة). ومن المهم بالنسبة إلى الحزب أن يكون فتّياً وجديداً ولا يستند إلى سجل مجرد من القبول الشعبي. وبالإضافة إلى ذلك يتعين على الحزب أن يكون قادراً على حيازة شبكة واسعة من الموارد وبالذات على صعيد الإدارة الحكومية القائمة. وأخيراً، وكما تعلمت الدرس حكومة يلتسين في عام 1993، فليس بكافٍ ممارسة الضغط من أجل الإصلاحات من أعلى إلى أسفل فالنجاح يتطلب أن تتجه الأحزاب إلى القطاعات الواسعة من الناخبين مما يعني توجيه الرسالة إلى موقع ما عند محور المنظور السياسي. كما أن نجاح الشيوعيين والديمقراطيين الليبراليين القوميين في عام 1993 أوضح للقوى المؤيدة للحكومة أن هذا المركز يكمن في موقع أبعد من اليسار من

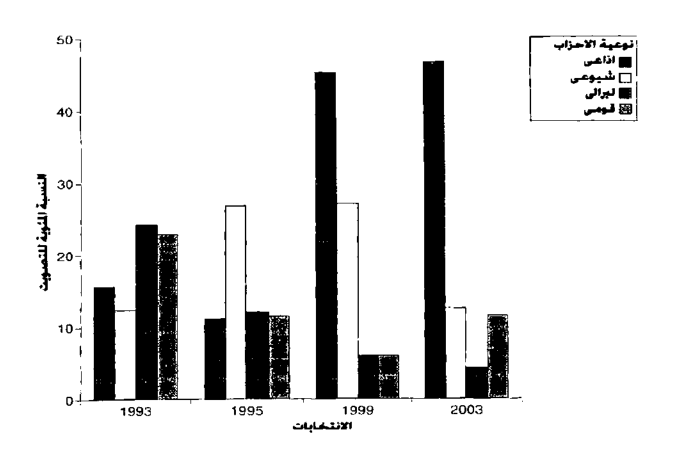
الناحية الاقتصادية وأبعد من اليمين فيما يتعلق بالنواحي القومية وبأكثر مما كانت تقضي به أيديولوجية حزبهم نفسه في عام 1993.

كما توحي هذه المجموعة من الشروط التي يتطلبها إمكانية وجود حزب "إذاعي" فإن مجموعات قليلة للغاية، فضلاً عن الحكومة المركزية، تظل قادرة على تعبئة مثل هذه المواد. وبالإضافة إلى ذلك أصبح من الصعوبة بمكان بعد انتخابات 1995 إيجاد مصدر إعلامي قوي بعيداً عن سيطرة الإدارة الرئاسية. ومع ذلك فقد قامت مجموعة مختارة من قواعد قوى النخبة فاستطاعت أن تنشأ أحزاباً إذاعية ناجحة؛ فجاء الكرملين لينتج حزب روسيا وطننا في عام 1995 ثم حزب الوحدة في عام 1999 وتم إنشاء ائتلاف إقليمي كان في محوره عمدة موسكو القوي يوري لزخوف (Yuri Luzhkov) فأنشأ حزب الوطن – عموم روسيا في عام 1999 باستخدام قناة تلفزيون حكومة موسكو المركزية أو تلفزيون الوسط كأداة إعلامية ناطقة له. وفي عام 2003 شاركت قوى الكرملين وموسكو المؤيدة لبوتين ولزخوف في إنشاء حزب روسيا المتحدة القوى.

ولكن السؤال يظل مطروحاً: هل هذه الأحزاب كانت تمثل تسويقاً للجهود؟ هناك ما يدل على صواب جانبي القضية بمعنى أنها كانت تعمل بصورة تتجاوز مجرد كونها أدوات لالتماس الأصوات، وأيضاً على أنها تضم بعض عناصر الأحزاب السياسية التقليدية. ومن ناحية الطابع المرحلي لهذه الأحزاب فيتمثل الدليل الأفضل في هذا المجال في قِصَر أجلها، فحزب روسيا وطننا وحزب الوحدة وحزب عموم روسيا تبددت جميعاً بحلول الانتخابات التالية لمجلس الدوما ولم يكن لها سوى سياسات قليلة من الناحية العملية فيما أن الكثيرين الذين قادوا حملاتهم على رأس قائمة الحزب لم يفوزوا بمقاعد في مجلس الدوما. ثم جاء إنشاء وسلوك التجمعات الحزبية ضمن مجلس الدوما بغير علاقة يُعتد بها مع

البيانات الحزبية التي كانت قد أطلقت خلال الحملات. ومن الناحية الأخرى فإن حزب روسيا وطننا. وحزب الوحدة والوطن لعموم روسيا وروسيا المتحدة لم تكن كيانات غير معروفة للناخبين بل كان واضحاً أن هذه الأحزاب تؤيد النخب البارزة ضمن الحكومة الوطنية أو الحكومات الإقليمية: السياسيون الذين كانوا الأعلى صوتاً بشأن إعلان رغباتهم في إدارة البلاد برغم عدم وضوحهم بالذات بشأن سياساتهم كأفراد. ورغم تغير الأسماء فإن القوى التي كانت كامنة وراء تلك الأحزاب لم تتغير. وبالإضافة إلى ذلك فبرغم أن حزبي الوحدة وعموم روسيا لم يعاودا دخول الانتخابات فقد كان هناك صيغة مندمجة من الحزبين وعملت على خوض الانتخابات لتحقق نجاحاً مرموقاً في عام 2003 تحت عنوان روسيا المتحدة.

وهنا يطرح السؤال: هل كان مظهر الأحزاب "الإذاعية" عاملاً في وقف أو إنحسار تطوّر أحزاب تقليدية سياسية أخرى في روسيا؟ عندما يجري النظر في نتائج السباق الذي تم على أساس القائمة لمقاعد الدوما الروسي من منظور نوعية الحزب، فإن أثر "الأحزاب الإذاعية" يبدو كبيراً للغاية (انظر الشكل 1.9) وفي انتخابات 1999 يظل واضحاً أن الأحزاب "الإذاعية" كانت هي المهيمنة على المشهد: حقيقة أن أحزاباً أخرى مثل الحزب الشيوعي كان لديها مجموعة متجانسة من السياسات فضلاً عن برنامج كثيراً ما أوردوا بعض بنوده وقاموا بتوزيعها خلال الحملات، لكن برغم أن الأيديولوجية المركزية للشيوعيين انزلقت أكثر نحو اليمين من عام 1993 إلى عام 2003 إلا أنها ظلت تتسم نسبياً بقدر من التجانس وإمكانية التنبؤ سواء من خلال الانتخابات أو في داخل مجلس الدوما نفسه. ولذلك فقد كان لها أثرها الإيجابي في انتخابات عامي 1995 و1999 حيث كسبت لهم نحو ربع أصوات القائمة الحزبية وإن انخفضت بعد ذلك إلى نحو نصف هذا العدد في انتخابات الدوما الأخرى.



الشكل 1.9 النسبة المئوية للأصوات في انتخابات الدوما 1993- 2003 حسب نوعية الأحزاب (طبقاً لتحليل المؤلف). الأحزاب الإذاعية: خيار روسيا 1993 روسيا وطننا، كتلة إيفان ربكين 1995 الوحدة، الوطن - عموم روسيا، اتحاد القوى اليمينية (1999)، روسيا المتحدة، الوطن الأم 2003 الشيوعيون: الحزب الشيوعي بالاتحاد الروسي روسيا العاملة للاتحاد السوڤياتي 1995 و1999 الكتلة الستالينية (1999) الليبراليون: يبلوكو، حزب الوحدة والتوافق الروسي، الحزب الديمقراطي لروسيا (1995) الديمقراطيون الاجتماعيون (1995 و1999) القوميون: حزب روسيا الليبرالي الديمقراطي، من أجل الوطن الأم (1995) .

وهكذا اتسمت الحالة بقدر من التعقيد في بعض الأحيان، حيث إن الخط الفاصل بين الأيديولوجية والصورة لا يزال صعب التعريف في السياسات الحزبية في روسيا. وبرغم أن الشكل 1.9 يصنف الديمقراطيين الليبراليين بوصفهم "قوميين" ويصنف يبلوكو على أنهم "ليبراليون "إلا أن صورتهم الحزبية ترتبط وثيقاً بصور قادتهم الكاريزميين قبل أن ترتبط بأي أيديولوجية بعينها أو باي توجه سياسي بذاته. وعلى سبيل المثال

فبرغم أن الديمقراطيين الليبراليين يطرحون صورة لعنصر أيديولوجي قوي ويمكن وصفه على أفضل وجه بأنه مؤيد لروسيا ومناهض للدولة وضد-غربي خلال الحملات إلا أن الحزب كثيراً ما كان يؤيد الحكومة في التصويت الفعلي داخل البرلمان.

التغطية التلفزيونية للحملات الانتخابية في روسيا

الانتخابات الرئاسية

ترتبط الانتخابات الرئاسية الروسية على نحو أكثر بالشخصية بدلاً من الأيديولوجية أو السياسات أو الهوية الحزبية. وثمة حزب سياسي واحد فقط هو الذي لعب دوراً مهماً في جميع الانتخابات: لقد قام الشيوعيون بطرح المنافس الوحيد الممكن، ولو عن بعد، لكي ينافس الرئيس شاغل المنصب في أعوام 1996 و2000 و2004. ومع ذلك جاءت الانتخابات أبعد ما تكون في عام 1996 عن السنوات التالية التي أملت بدورها اتباع استراتيجية إعلامية مختلفة من جانب الرئيس شاغل المنصب. إلا أن تداخل الميديا في صميم حملة يلتسين في عام 1996 جاء ليخلق مشاكل طويلة الأجل بالنسبة إلى دور الميديا التجارية في الانتخابات الروسية.

لقد تعلّم الكرملين ما يكفي بشأن استراتيجية الحملات الانتخابية بحلول عام 1996 لكي يدير إعادة انتخاب يلتسين التي كانت شعبيته قد انحسرت إلى مجرد أرقام تقل عن العشرة في بداية العام المذكور، لكن هذا الانتصار لم يتم كسبه من خلال التلفزيون وحده، بل لأن الكرملين اتبع استراتيجية استرضاء الرأي العام ولاسيما باتخاذ خطوات لإنهاء حرب الشيشان الأولى وإطلاق وعود تتعلق بإجراء إصلاحات اقتصادية لها أهميتها والتفاوض مع الحكومات الإقليمية. ثم لم يكن هناك رئيس

شيوعي يروق لأغلبية الناخبين الروس. ومع ذلك فقد كان للتلفزيون دور أساسي يقوم به على جبهات شتى: **أولًا** تم استخدامه لتوعية الرأي العام والخاص وكان ذلك أساساً من خلال البرامج الإخبارية وبرامج الأحداث الجارية وجاء ذلك بمبادرات من جانب يلتسين. أما المحطة التجارية الرئيسية إن. تي. في فقد عدلّت موقفها الأساسي الناقد للحكومة فكان أن أيدت يلتسين في حملته، وهي خطوة ما لبث مديرو القناة المذكورة أن دافعوا عنها على أساس أنها ضرورية للحيلولة دون انتصار كان يمكن أن يحققه غينادي زيغانوف (Gennady Zyuganov) ومن ثم عودة إلى الحكم الشيوعي. وهذا التأييد شمل إخفاء معلومات تفيد بأن يلتسين كان يعاني من نوبة قلبية خلال الحملة. وفي أثناء الحملة ذاتها عمد فريق يلتسين إلى نشر إعلانات مثيرة تحت شعار "أنا أعتقد... أنا أحب... أنا أرجو" وفيها كان مواطنون يتكلمون عن تأييدهم للرئيس. أما صورة يلتسين باعتباره حامي ذمار الأمة الروسية خلال انهيار الشيوعية فقد تم التأكيد عليها جنباً إلى جنب مع إطلاق تحذيرات شديدة إزاء النتائج التي يمكن أن تسفر عنها عودة للشيوعيين.

وكثيراً ما أعلن الشيوعيون أنهم لا يلقون بالاً إلى التلفزيون بل يفضلون الطرائق "التقليدية "لتعبئة التأييد بين صفوف الروس، ومن ذلك مثلاً عقد الاجتماعات الجماهيرية الحاشدة والمنشورات الحزبية والتواصل من بيت إلى بيت. ومع ذلك فقد اتبعوا بالفعل استراتيجية إعلامية في عام 1996 بما في ذلك إجادة استغلال البرامج المجانية لمناقشة السياسة وزرع صورة لهم باعتبارهم خارجين عن نطاق الميديا. من جانبه فإن يلتسين هزم زيغانوف بالكاد في الجولة الأولى ولكنه فاز بصورة مريحة في الجولة الثانية (54 في المائة مقابل 40 في المائة). وفي ضوء افتقار يلتسين إلى الشعبية قبل أشهر قلائل من الانتخابات فقد جاء انتصاره مثيراً للدهشة.

على خلاف يلتسين لم يكن بوتين بحاجة قط إلى مثل هذه الاستراتيجية التسويقية الواسعة النطاق لأنه ظل يحتفظ بمستوى شعبي أعلى بكثير. وفي واقع الأمر لم يكن بوتين ليكترث باستخدام الوقت المجاني المخصص له، لا في انتخابات 2000 ولا في انتخابات 2004. ولقد كان يمكن أن يمثل ذلك إلى حد كبير أمراً قليل الأهمية؛ فباعتبار أن الأخبار المسائية التي كانت تذاع على القناة الأولى المملوكة للدولة ظلت بغير انقطاع تصّور بوتين على أنه زعيم، ويكاد يقرب في ذلك من المستوى المعهود الذي كان يصور به رؤساء الحزب الشيوعي السابقين. فبحلول عام 2004 أصبحت واجبات بوتين المعهودة تعرض على شاشة التلفزيون، إضافة إلى استجابة من جانب بوتين ذاته إلى أي مادة إخبارية مهمة بغير استثناء. ومن الجدير بالملاحظة أنه لا يلتسسين ولا بوتين استخدم موارد حزب سياسي من أجل الفوز، ومع ذلك ففي ضوء ما كانا ينعمان به من سيطرة وهيمنة على الميديا الجماهيرية وجهاز الدولة فإن أي منظمة حزبية لم يكن لها ضرورة في هذا المجال بل كان يمكن أن تكون عبئاً على كاهل أي منهما.

حملات انتخاب مجلس الدوما

تغطية انتخابات مجلس الدوما على التلفزيون الروسي أصبحت أقل تحرراً وأدنى نزاهة منذ عام 1993. وبرغم إدخال العمل بقناة التلفزيون القومية بوصفها محطة تلفزيون تجارية وقت إجراء انتخابات عام 1995. وبرغم ما قضى به قانون 1995 الروسي من وعود في التغطية الموضوعية، فإن الأحزاب المؤيدة للحكومة ولشاغلي المناصب تلقت بصورة غير عادلة قدراً كبيراً للغاية من اهتمام الميديا الإعلامية. أما أكثر من تصوروهم خصوم الكرملين فقد تم استبعادهم تماماً من إطار الأخبار لدرجة أنهم بحلول عام 1999 أصبحوا ضحايا لحملات التشهير بسمعتهم على شاشة التلفزيون الذي تديره الدولة. وهكذا فإن الشيوعيين وأعضاء

يبلوكو أصبحوا ضحايا إما لنقص مثير للدهشة في التغطية أو لحملات تشويه السمعة (European Institute for the Media 1994, 1996a, 1996b, 2000a, 3000b; Oates 2004; Oates and Roselle 2000). مع ذلك فقد تلقى الديمقراطيون الليبراليون تغطية أقل من ذلك بكثير. ويعزو بعض الإعلاميين الروس هذا الأمر إلى قدرة زيرينوفسكي على إجادة الظهور في التلفزيون بينما يدعي آخرون أن هذا يرجع إلى تعاونه مع الحكومة داخل البرلمان.

بينما يمكن النظر إلى بعض عناصر النظام الانتخابي الروسي باعتباره محاولات لتحقيق المساواة من حيث الإتاحة الإعلامية، خاصة على أساس أن تنال جميع الأحزاب وقتاً مجانياً على التلفزيون ويمكنها شراء الإعلانات(*) إلا أن تأطير الأحزاب والمرشحين بواسطة البرامج الإخبارية الرئيسية يعد أمراً ذا أهمية أكبر في سياق الحملة. كذلك فإن حجم مشاهدة المواقع المجانية منخفض طبقاً لمخرجي التلفزيون الروسي. كما أن معظم الإعلانات السياسية المذاعة على هذا النحو سيئة الإخراج إلى حد كبير. وبالإضافة إلى ذلك فإن مدة الإعلان (التي وصلت إلى 40 ألف دولار في الدقيقة على القناة الأولى وقت الذروة خلال انتخابات كانون الأول/ ديسمبر 1999) كانت باهظة الثمن بالنسبة إلى معظم الأحزاب(**). ومن ثم فلم تكن لا المواقع المجانية ولا الإعلانات السياسية المدفوعة تتمتع بالوزن والتأثير الذي تتمتع به التقارير الإخبارية وخاصة

(*) أصبح الوقت المتاح أكثر تقييداً في حملة 1999 عندما أعلنت اللجنة الانتخابية المركزية الروسية أن الأحزاب التي حظيت بأقل من 2 في المائة من الأصوات يتعين عليها أن ترد للدولة أموالاً لقاء وقت التلفزيون الذي حظيت به.

(**) من مقابلات المؤلف مع مديري محطات التلفزة ومديري الإعلانات، كانون الأول/ ديسمبر 1999.

البرنامج الإخباري الرئيسي ڤرميا (Vremya) المذاع على القناة الأولى.

يوضح استعراض للدراسات التي أجراها المعهد الأوروبي لوسائل الإعلام وغيره، بين عام 1998 إلى عام 2004 وجود اتجاه متواصل نحو التغطية غير النزيهة والمتحيزة (European Institute for the Media 1994, 1996a, 1996b, 2000a, 2000b; Organization for security and Cooperation in Europe/ Office for Democratic Institution and Human Rights 2004a, 2004; Oates 2004; Oates and Roselle 2000). وهذا التحيز لا يظهر فقط على القنوات الرئيسية التي تديرها الدولة ولكن أيضاً على قناة أن. تي. في التجارية وعلى قنوات الدولة حيث كان النمط عبر مسار انتخابات الدوما الأربعة بالغ الوضوح: تأييد للأحزاب الموالية للحكومة ودعم للرئيس القادم بالعمل في المنصب وتجاهل أي معارضة جادة ضد الحكومة/ الرئيس والتهوين من شأنها. وأدى ذلك إلى أن "أحزاب السلطة" التي ترعاها الدولة (خيار روسيا في عام 1993 وروسيا وطننا في عام 1995 والوحدة في عام 1999 وروسيا المتحدة في عام 2003) تلقت قدراً كبيراً بشكل غير معتاد من التغطية على القناتين 1 و2. وعلى سبيل المثال ففي عام 1993 كانت الأحزاب المؤيدة للدولة تتلقى أكثر من 16 ساعة من التغطية بينما لم يحظ الحزب الشيوعي إلا بـ 13 دقيقة فقط على تلفزيون الدولة (European Institute for the Media 1994). ومع ذلك فمن الواضح أن الناخبين الروس لم يكتفوا باستيعاب هذه الرسائل وأيدوا فقط الأحزاب التي كانت تقود حملات تلفزيونية واسعة النطاق سواء من خلال التغطية المدفوعة أو من خلال التغطية الإعلامية المحترفة. وبرغم هذه الهيمنة للتلفزيون إلا أن الأحزاب المؤيدة للحكومة حظيت بأقل من ربع التصويت بالقوائم الحزبية في عام 1993.

في عام 1995 طرأت زيادة هائلة سواء على كميّة الإعلان المدفوع أو على التغطية الإعلامية للأحزاب في الانتخابات. وكما كان الحال في حملة 1993 فإن الأحزاب الرئيسية وخاصة تلك المؤيدة للحكومة وهي: وطننا روسيا هيمنت على أنباء الانتخابات، ومن المهم ملاحظة أنه بحلول عام 1995 كان تلفزيون أن. تي. في التجاري يمثل جهة بث تلفزيون تجارية راسخة. وبينما أوضحت الدراسات أن القناة المذكورة كانت أكثر توازناً من القناة الأولى التي تديرها الدولة في تقديم أنباء الانتخابات في عام 1995 (European Institute for the Media 1999a, Oates and Roselle 2000) فإن القناة التجارية ركزت أكثر على تغطية الحرب بدلاً من تغطية الحملة الانتخابية. وعندما استدعى الأمر تغطية انتخابات الدوما في عام 1995 على شاشة القناة التجارية، فكثيراً ما كان ذلك يتم عبر طرح قضايا أخرى تحيط بالحرب (ومن ذلك ما إذا كان مواطنو الشيشان يريدون التصويت، إضافة إلى الشائعات التي تتردد بشأن الإرهاب في يوم الانتخاب وكذلك إمكانية ممارسة العنف عند مراكز الاقتراع).

تمثل الانتخابات الرئاسية لعام 1996 واحداً من أوضح الأسباب التي تشهد بكيفيّة اختلاف النظام الإعلامي الروسي الوليد عن النظم الليبرالية في الغرب. وكما سبقت مناقشته فإن القناة التجارية ارتضت التعاون مع إدارة يلتسين، ولدرجة أن واحداً من كبار مديريها، وهي قناة تجارية، بلغ به الأمر إلى حيث الانضمام إلى فريق الحملة المذكورة. وبينما كانت هذه القناة توجه انتقاداتها إلى الحكومة، وخاصة بشأن حرب الشيشان فإن مسؤولي المحطة لم يريدوا للزعيم الشيوعي زيغانوف أن يفوز بالرئاسة. وعليه، فجميع محطات التلفزيون الرئيسية تواطأت لتسويق يلتسين على أنه رئيس ناشط ومقتدر، فيما عزفت عن تقديم زيغانوف

باعتباره زعيماً محتملاً. وقد تلقى المشاهدون معلومات عن زيغانوف وخاصة على القناة التجارية ولكن هذا الأمر تغلبت عليه النبرة الإيجابية التي كان يحظى بها يلتسين.

نفس الأنماط كانت واضحة في الانتخابات البرلمانية في عام 1999 والانتخابات الرئاسية في عام 2000 برغم ما شهدته الساحة من زيادة في الدعايات القائمة على التشهير أو الدعاية السوداء الموجهة إلى خصوم الكرملين؛ وبصورة خاصة فالعمدة لوزكوف وسائر زعماء حزب الوطن – عموم روسيا الجديد كانوا يعانون، سواء من التغطية الإخبارية السلبية أو الإعلام المسيء والقائم على المواد المبتسرة، وكان هذا يعني أن البرامج الإخبارية وخاصة على القناة الأولى كثيراً ما قدمت الشائعات ومواد الغمز واللمز على أنها حقائق من أجل تدمير سمعة لوزكوف وغيره. وشمل ذلك معلومات مذاعة توحي بأن لوزكوف كان قد اختلس الأموال أو أن زميله في الترشيح البالغ من العمر 70 عاماً كان قد بلغ من العمر أرذله ومن ثم فهو عاجز عن الخدمة. وبحلول انتخابات 2000 الرئاسية كانت القناة التجارية تحاول أن تبقى على مسافة من الحكومة ولكن لم يكن ثمة منافسون معقولون ضد بوتين. ومع ذلك فلم تضيع القناة الأولى أي فرصة بل عمدت إلى استخدام البرامج الإخبارية قبل الانتخابات على أنها "إعلانات إخبارية" لصالح بوتين؛ فقدمت تغطية واسعة النطاق لكل تفصيلة من الروابط والشواغل السياسية لبوتين. كما أن القناة المذكورة قامت ببث تغطية سلبية للمرشح الرئاسي غريغوري يافلنسكي (Grigory Yavlinsky) حافلة بقصص ملتبسة بشأن تمويل أجنبي لحزب يبلوكو الذي ينتمي إليه، وكذلك لاحتمال إجرائه جراحة تجميلية. أما القناة التجارية فكانت أكثر توازناً من القناة الأولى في تغطيتها

في عام 2000 وبرغم أن بعض الجماعات المحورية المشاركة شكّت بأنها بدت وكأن يافلنسكي المرشح المفضل لديها(*).

وقد شهدت انتخابات مجلس الدوما في عام 2003 مزيداً من تشويه التغطية الأخبارية للانتخابات إذ كانت التغطية بصورة متوقعة مؤيدة للكرملين رغم أنه كان من الواضح أن العمدة لوزكوف قد تحوّل من عدو إلى حليف في تلك الانتخابات. من جهتها قامت القناة الأولى بالذات بتقديم تغطية واسعة النطاق لصالح بوتين ما بين أكثر زيارة رسمية بسيطة قام بها وصولاً إلى ردود أفعاله إزاء هجوم إرهابي على قطار روسي خلّف 40 قتيلاً في الأسبوع الأول من الحملة البرلمانية، بينما شارك روزكوف مع مجموعة مؤيدة من الشخصيات ممن ظلوا يحظون بتغطية إيجابية ولا تقبل الجدل. ومع ذلك فالقناة كانت بوضوح أكثر معاداة للشيوعيين من الانتخابات السابقة. وفيما كانت في السابق تتجاهل الشيوعين في معظم الأحيان إلا أنها خلال حملة 2003 قدمت عدة قصصاً إخبارية تتسم بابتسار المادة، ومن ذلك مثلاً التغطية المتوسعة لاجتماع محدود للغاية في موسكو أتاح للمشاركين أن يطرحوا اتهامات غريبة ضد الشيوعيين وتم تجاهل معظم الأحزاب والمرشحين الآخرين.

كان واضحاً بحلول انتخابات 2003 أن القناة التجارية فقدت ميزتها الأساسية، حيث إن تغطيتها الإخبارية التي لم تكن متواطئة مثل القناة الأولى، إلا أنها توخّت عدم انتقاد الرئيس أو حتى التطرق إلى أي قضية حساسة(**). ومع ذلك فقد احتفظت بلهجتها الأقرب إلى السخرية

(*) من واقع الجماعات المحورية المذكورة آنفاً.

(**) استناداً إلى تحليل المؤلف للبرنامج الإخباري المذاع في فترة الذروة على التلفزيون التجاري خلال حملة 2003.

إلى حد ما وإلى المصالح الأوسع نطاقاً. وعليه وبرغم أن التقارير المتصلة بمصير محتكر النفط المسجون ميخائيل خودوركوسفكي (Mikhail Khodorkovsky) كانت تلقى التحفظ إلا أن ذكره تكرر 9 مرات في البرامج الإخبارية الرئيسية على شاشات القناة التجارية خلال الحملة الانتخابية (ولكن ورد ذكره مرة واحدة في البرنامج الرئيس للقناة الأولى)(*) وطبقاً لأسلوب القناة التجارية كان طبيعياً أن تتسم الأخبار الرئيسية للمحطة المذكورة بقصص إخبارية قليلة تعكس روح السخرية وأن تبث أخباراً غير معتادة بما في ذلك ما يتعلق بأحد المطاعم الذي طلب نحت رؤوس مجموعة الاحتكارات في البلاد بالشيكولاتة: برغم القضايا الخطيرة المتعلقة بالحرية الشخصية والأثر الاقتصادي المحتمل الذي يمكن أن ينجم عن القبض على محتكر البترول فإن تقرير رؤوس الشيكولاتة كان يمثل أكبر تشهير على الأخبار المسائية الرئيسية خلال الحملة التي دامت شهراً.

استجابة الناخبين إزاء استراتيجيات التسويق السياسي في روسيا

القرائن التي طرحت أعلاه توحي بأن الناخبين الروس ظلوا يتلقون باستمرار معلومات أقل فائدة بشأن الأحزاب والمرشحين السياسيين في كل الانتخابات. وبصورة أولية فإن القوانين الليبرالية المتعلقة بإتاحة التلفزيون لصالح الأحزاب والمرشحين بدت وكأنها تتيح قدراً كبيراً من المعلومات التي يجب توزيعها بين صفوف الناخبين. ومع ذلك فسرعان ما أصبح واضحاً ان الأموال والنفوذ (ومن الصعب الفصل بينهما في روسيا) كانت هي العوامل الأساسية التي تشكل الأسلوب

(*) بحوث المؤلف.

الذي أمكن به للأحزاب والمرشحين أن يطرحوا أفكارهم عبر صفوف الجماهير. ولم يكن سوى القليل من الأحزاب والسياسيين من استطاع أن يضمن وقتاً متاحاً بالمجان على التلفزيون الوطني لصالح منظمة سياسية راسخة. وثمة استثناءات من هذا الوضع وفي مقدمتها قدرات حملة زيرونوفسكي التي لمست وتراً من القومية الروسية الذي لم تكن لتعترف به في تلك الفترة الأحزاب الأخرى. ومع ذلك ففي معظم الحالات لم تستطع الكميّة الكبيرة نسبياً من الوقت المتاح والإمكانيات غير المقيدة حقاً إزاء الإعلانات المدفوعة الأجر أن تفعل أكثر من إيجاد ساحة يمكن أن تفشل الأحزاب على أديمها وكانت قلة من الأحزاب هي التي تملك موارد لاستخدام أدوات التسويق السياسي، ومنها مثلاً مسوحات الرأي العام، وصانعو الأفلام المحترفون وصانعو الصورة أو الخبراء الاستشاريون. ونتيجة لذلك كانت حفنة فقط من الأحزاب هي القادرة على تمويل المواقع الأكثر احترافاً في مجال الإعلام وشراء الإعلانات بحيث أمكنها أن تحوز قدراً غير متناسب من التأثير على المشاهدين.

لقد أشارت الدراسات التي أجريت مؤخراً إلى، أن المشاهدين الروس لديهم موقف أقرب إلى انقسام الشخصية نحو التلفزيون الروسي: لقد كانت الجماعات المحورية في عام 2000 تنطوي على أمر واضح مفاده أن المشاهدين كانوا على بيّنة من التحيز العميق بالنسبة إلى أخبار التلفزيون. ومع ذلك فقد احتفظوا بمستوى مرتفع للغاية من الثقة وخاصة في التلفزيون الذي تديره الدولة. وكثير منهم ادّعوا أن توقعات الموضوعية أو حتى مزية التوازن ستكون أمراً من السذاجة بمكان ولكنهم كانوا يفهمون على الأقل حالات التحيز الخاصة التي كان يتميز بها الإعلام الذي تديره الدولة (وخاصة القناة الأولى). وفي واقع الأمر فقد وصل

بعضهم إلى حد أن أعلن صراحة حنينه إلى أيام الرقابة السوفياتية. ويرجع ذلك جزئياً إلى القواعد التي كانت واضحة للغاية، ولكن بشكل أساسي إزاء الطريقة التي تذكروا بها التلفزيون باعتباره كان يقدم صورة مفعمة بالأمل وحاشدة بالتفاؤل لمجتمعاتهم. لقد ساد الكثير من التشكك إزاء التلفزيون التجاري وخاصة لأن الجماعات المحورية انتهت إلى أن مالكي المحطة يسعون لتحقيق مآربهم الخاصة ثم وجدوا أن هذه المآرب ترتبط بعالم الاحتكارات الكبرى، وهو ما كان أكثر مدعاة للتشكك من هؤلاء الذين يرتبطون بسيطرة الحكومة.

السؤال هو: كيف تجلت هذه المواقف إزاء التغطية الإعلامية للانتخابات؟ إن المشاركين في الجماعات المحورية التي كانت تنعقد قبل وبعد الانتخابات الرئيسية لعام 2000 طُلب إليهم مناقشة مجريات السباق الذي جرى مؤخراً للبرلمان والانتخابات الرئاسية

كثير من المستجيبين، وخصوصاً الأكبر سناً، ادعوا أن تكتيكات التشويه في حملة الدوما أشعرتهم بالازدراء. ومع ذلك ففي الوقت نفسه بدوا وكأنهم يتبعون أسلوب الاتهام بالفضائح باهتمام كبير وغالباً، وبرغم الاعتراضات الأولية فقد اعترفوا أن بعض الاتهامات أفضت بهم إلى تغيير تصويتهم. ومن ناحية الحملات الرئاسية فإن المستجيبين كانوا أكثر رضاء وأكثر موافقة على الاتجاه الأوسع نطاقاً في التنافس الرئاسي لعام 2000، وأشاروا إلى أنه كان ثمة تغطية مبالغ فيها لبوتين. كما لاحظوا في بعض الأحيان أنهم كانوا يتلقون النذر اليسير من المعلومات العملية بشأن خطط السياسة بل وبشأن الشخصية الحقيقية للرجل ذاته، وأن التغطية على الأقل كانت تغطية مظهرية. أما نمط موافاتهم بزعيم تم اختياره مسبقاً، ثم تعرض صورته وهو يباشر تشكيلة متنوعة من أنشطة لا تثير الاهتمام،

وبعدها يتم حث الجماعة على التصويت لصالح الزعيم المذكور، فقد كان ذلك على الأقل أمراً مألوفاً للمستجيبين من الذين بلغوا من العمر ما أتاح لهم التصويت في السابق خلال الحقبة السوفياتية. وتوحي نتائج الجماعات المحورية أن المنظور الغربي للعلاقة بين الميديا والناخبين يمكن أن يكون قد فاته عنصر مهم من عناصر النموذج. ويبدو أن المشاهدين في روسيا كانوا على استعداد للتخلي عن عنصر من عناصر التدفق الإعلامي لصالح درجة من درجات السلطة والنظام على نحو ما يفرضه التلفزيون، خاصة بواسطة القناة الأولى الرئيسية التي تسيطر عليها الدولة. وهذا الازدواج الغريب بين إدراك التحّيز وبين الثقة في تلفزيون الدولة كان قائماً على امتداد قطاعات السكان طبقاً لاستقصاء ضم 2000 روسي في عام 2001. وبينما أفاد نحو 43 في المائة من المستجيبين أن لديهم ثقة "كاملة" "أو" شبه كاملة في موضوعية البرامج الاخبارية، فإن ما يقرب من نسبة أخرى (42 في المائة) ذكروا أن ليس لديهم ثقة كبيرة فيما ذكر 8 في المائة بأن ثقتهم ضئيلة للغاية. وبرغم أن التحيز الأكثر وضوحاً من جانب القناة الأولى لم يكن ليفوت على الروس إلا أنها لاتزال تحظى بمستوى أكبر من الثقة بالمقارنة مع المنافذ الإعلامية الأخرى: ثلث المستجيبين للدراسة الاستقصائية المذكورة اختاروها على أساس أنها أكثر القنوات جدارة بالثقة بالنسبة إلى تغطيتها الإخبارية بينما اختار ربع المستجيبين القناة التجارية. والانقسام بين الثقة في تلفزيون الدولة والتلفزيون التجاري جاء أكثر وضوحاً للغاية بالنسبة إلى الاستجابة إزاء السؤال الأكثر تجريداً: 65 في المائة من المستجيبين شعروا أن تلفزيون الدولة الوطني كان أشد المصادر الإعلامية بُعداً عن التحيز وأكثرها موثوقية بينما كان نسبة 23٪ المائة فقط هم الذين توقفوا عند التلفزيون التجاري في ضوء قيامه بنفس الدور.

ومنذ أن استولت على التلفزيون التجاري المصالح المؤيدة للحكومة في عام 2000 فقد هذا التلفزيون درجة من الانفتاح والتصدي إزاء الكرملين. ومن الواضح أن بعض المواضيع مازالت محظورة وخاصة تلك التي كانت تتسم بسخرية واضحة من الرئيس وكانت قائمة في عروض ساخرة مثل الكوكلي (العرائس في حملة عام 2000) ومع حلول صيف 2004 كانت القناة التجارية قد أوقفت معظم عروضها التي تقدّم حوارات سياسية وخلافية وبدت وكأنها أكثر استعداداً للسير على خطى الحكومة، وكان ذلك فرقاً بالنسبة إلى قناة كم تحدّت بصورة سافرة الإدارة الرئاسية بتغطيتها لحرب الشيشان الأولى. ومع ذلك فإن الوجهة الأحدث والأكثر ترويضاً للقناة التجارية أمر ربما لا يهم كثيراً لأن القناة التجارية لم تستطع يوماً أن تنافس القناة الأولى من حيث تأثيرها على الانتخابات. ويذكر المستجيبون للدراسة الاستقصائية في عام 2000 وكذلك في الفترة 2003-2004 وبصورة غالبة أن تلفزيون الدولة (43 و40 على التوالي) هو المصدر "المهم" للمعلومات من أجل الوقوف عند خيار التصويت في انتخابات مجلس الدوما(*). واقتصر الأمر على حفنة من المستجيبين الذين ادعوا أن التلفزيون التجاري الوطني كان مهماً بالنسبة إلى خيارهم التصويتي وهذا هو النمط الذي كان قائماً بالنسبة إلى الانتخابات عام 2000 الرئاسية.

والسؤال هو كيف تتصل هذه المواقف إزاء الوسائل الإعلامية بتطوّر نظام سياسي في روسيا؟ إن هذا الفصل يقول بأن قبول السلطة

(*) تمت الدراسة الاستقصائية في كانون الأول/ ديسمبر 2003 وكانون الثاني/ يناير 2004 بواسطة شركة البحوث الروسية المحدودة وتحت إدارة البروفيسور ستيفن وايت (جامعة غلاسكو) وتم تمويل البحث بواسطة مجلس البحوث الاقتصادية والاجتماعية.

قبل الحقيقة في الوسائل الإعلامية أفضى إلى ظاهرة معينة في روسيا وهي النجاح المتزايد لما يسمى حزب الإذاعة "أو حتى" المرشح الإذاعي فالصورة السياسية تلعب دوراً في الانتخابات في البلدان الأخرى وفي مقدمتها الانتخابات الرئاسية بالولايات المتحدة ولكن هذا يأتي بالإضافة إلى النظم الحزبية المتطوّرة. أما في روسيا فقد أوضحت الميديا الإعلامية قدرة مشهوداً بها وغير اعتيادية ليس فقط على دعم الأحزاب بل على خلق الأحزاب أيضاً. بيد أن المعضلة تتمثل في القدرة المتنامية الانتخابية لهذه الأحزاب الإذاعية، وإذا ما عمل المرء على تعريف الأحزاب الإذاعية بوصفها منظمات تفتقر إلى عقائد سليمة التعريف أو إلى برامج أو حتى إلى بيانات سياسية يعتّد بحجمها، فيما يعوزها التنظيم على مستوى القواعد الشعبية فضلاً على أنها ممولة من جانب كيان حكومي وليس لها تاريخ قبل إجراء الانتخابات ولا يمكن مساءلتها بعد الانتخابات، ففي هذه الحالة يمكن القول بأن كل انتخاب لاحق في روسيا أدى إلى تحسين مصائر تلك الأحزاب. ومن الإنصاف ملاحظة أنه في انتخابات عام 1993 فإن جميع الأحزاب، باستثناء الشيوعيين، كانت جديدة وبمعنى من المعاني كانت "صنيعة" أوجدتها وسائل الإعلام الجماهيرية إذ كانت تعتمد اعتماداً شديداً على التلفزيون في طرح آرائها وصورتها. ومع ذلك فبدلاً من أن تتطوّر هذه الأحزاب إلى حيث تصبح مؤسسات سياسية راسخة الجدور فإن الاعتماد على وسائل الإعلام في نشر الرسائل السياسية يبدو وكأنه أدى إلى دعمها ولكن على حساب التنظيم الحزبي الحقيقي.

وفي النظم السياسية الغربية تعد وسائل الإعلام الجماهيرية خدماً للأحزاب السياسية فالساسة وعلماء السياسة على السواء كثيراً ما يشكون من أن الميديا، وخاصة التلفزيون تشوه رسائلها أو ربما، وهذا أسوأ، تتجاهل هذه الرسالة. ومع ذلك فالأحزاب السياسية مازالت تؤدي

دورها باعتبارها همزة وصل بين الناخبين ومؤسسات الحكومة القابضة على مقاليد السلطة. ولكن في روسيا يبدو أن الوسائل الإعلامية قد اختطفت دور الأحزاب حتى تعبّئ جماهير الناخبين. ومن أسف أن الميديا ليس لها مسؤولية معينة في تأكيد وفاء السياسيين بوعودهم الانتخابية أو حتى تحقيقهم لصورة معينة طرحوها عن أنفسهم. وعندما تكون الوسائل الإعلامية المركزية بدورها تحت سيطرة الحكومة المركزية لا يلوح سوى أمل ضئيل بالنسبة إلى توسيع آفاق الحرية السياسية والتعبير عن وجهات النظر المتباينة.

المراجع

Berelson, B., Lazarsfeld, P. and McPhee, W. (1954) *Voting. A Study of Public Opinion Formation in a Presidential Campaign,* Chicago, IL: Chicago University Press.

Campbell, A., Converse, P. E., Miller, W. E. and Stokes, D. E. (1960) *The American Voter*, New York: Wiley.

European Institute for the Media (1994) *The Russian Parliamentary Elections. Monitoring of the Election Coverage in the Russian Mass Media*, Dusseldorf: EIM.

-----(1996a) *Monitoring of the Media Coverage of the 1995 Russian Parliamentary Elections*, Düsseldorf: EIM.

-----(1996b) *Monitoring of the Media Coverage of the 1996 Russian Presidential Elections*, Düsseldorf: EIM.

-----(2000a) *Monitoring of the Media Coverage of the 1999 Russian Parliamentary Elections*, Düsseldorf: EIM.

-----(2000b) *Monitoring of the Media Coverage of the*

2000 Russian Presidential Elections, Düsseldorf: EIM.

Lipset, S. M. and Rokkan, S. (eds) (1967) *Party Systems and Voter Alignments. Crossnational Perspectives*, New York: Collier-Macmillan.

Oates, S. (1998) "Party platforms. Towards a definition of the Russian political spectrum", in J. Lowenhardt (ed.) *Party Politics in Post-Communist Russia*, London: Frank Cass.

----- (2004) "Post-soviet political style. Parties, television and voters", in G. Flikke (ed.) *The Uncertainties of Putin's Democracy*, Oslo: Norwegian Institute of International

Affairs.

Oates, S. and Roselle, L. (2000) "Russian elections and TV news. Comparison of campaign news on state-controlled and commercial television channels", *Harvard International Journal of Press/Politics*, 5 (2) : 30-51.

Organization for Security and Cooperation in Europe/ Office for Democratic Institutions and Human Rights (2004a) *Russian Federation: Elections to the State Duma, 7 December 2003.*

OSCE/ODHIR Election Observation Mission Report, Warsaw:

OSCE/ ODHIR. Online. Available HTTP in English: <http:/ / www.osce.org/ documents/ odihr/ 2004/ 01 / 1947_ en.pdf> (accessed 1 July 2004) .

-----(2004b) *Russian Federation. Presidential Election, 14 March 2004. OSCE/ODHIR Election Observation Mission*

Report, Warsaw: OSCE/ ODHIR. Online Available HTTP in English: <http:/ /www.osce.org/ documents/ odihr/ 2004/ 06/ 3033_en.pdf> (accessed 1 July 2004) .

الفصل العاشر

شبكة الإنترنت في السياسة
(الديمقراطية في الحكومة الإلكترونية في تايوان)

منغ ينغ لي

مع الاتساع المتزايد في إتاحة تكنولوجيات المعلومات والاتصالات المتقدّمة على مدار عقد التسعينات، حدث تحوّل إلى ما أصبح يوصف بأنه "الديمقراطية الإلكترونية" وشمل ذلك المواطنين والحكومات على السواء. ويتعلق الحوار الديمقراطي بما إذا كانت هذه التكنولوجيات في مجال الاتصال يمكن أن توسع مشاركة وتواصل الناس في الحياة العامة أم لا". وعليه، فإن الحكومات والمجتمعات المدنية تجتاز مرحلة التكيف مع تكنولوجيات المعلومات وهيكل الفرص السياسية (Norris 2001: 95) وسيكون من شأن الإنترنت أن تعزز الديمقراطية ولكن فقط إذا ما عملت على توسيع الفرص المتاحة للمشاركة السياسية (2001: 103) وقد أصبح ذلك حافزاً بالنسبة إلى كثير من البلدان الديمقراطية كي تطوّر الحكومة الإلكترونية كعامل للتفاعل بين المواطنين والحكومة. والسؤال يتعلق بماهية التأثير الذي تملكه الحكومة الإلكترونية على النظام السياسي والحياة

المدنية في الديمقراطيات الجديدة على أساس أن بعضاً منها بدأت تتخذ مثل هذه المبادرات.

خارطة الديمقراطيات العالمية، جعلت من العالم الغربي يسترعي الاهتمام إلى تايوان، باعتبارها بلداً ديمقراطياً "فتياً". وفي العقد الزمني الأخير اتخذت تايوان خطوات نحو أطوار عديدة ومختلفة من التحوّل الديمقراطي، وكان أولها الانتخابات الرئاسية المباشرة التي عقدت في عام 1996 التي شكلت خطوة مهمة على طريق توطيد الديمقراطية (Diamond & Plattner 1997: xli). وبعد الانتخابات الرئاسية في عام 2000، التي جاءت لتعكس تماماً مسار نصف قرن من سيطرة حزب واحد في تايوان أشار كثير من الدارسين إلى أن الديمقراطية في تايوان تبدو وكأنها ترسخت (Chu 2001; Chu et al. 2001; Rawnsley 2004).

أما الحكومة التايوانية، فشأنها هو شأن الكثير من الحكومات الأخرى حول العالم، بدأت في تطوير مبادرة "الحكومة الإلكترونية" منذ منتصف عقد التسعينات. وبين البلدان المتقدّمة في مجال الحكومة الإلكترونية حققت تايوان خطوات مرموقة في كثير من التقييمات الدولية، وها هو مركز بحوث الأسواق العالمي يصنّف تايوان على أنها ثاني أفضل دولة في الحكومة الإلكترونية من بين 196 دولة في عام 2001، بينما صنّف مركز السياسة العام في جامعة براون تايوان على أنها الأفضل في عام 2000 وأفضل خامس دولة في عام 2003 من بين 198دولة (World Markets Research Centre 2001; Centre for Public Policy 2002, 2003). وقد أعلنت الحكومة التايوانية بصوت عال عن نجاحها في مجال الحكومة الإلكترونية. ومع ذلك فكثير من السلطات حالياً تصّور طبيعة الحكومة

الإلكترونية على أنها مجموعة من العمليات الرقمية تستهدف تحسين فعالية الحكومة "بما في ذلك خطابها الإداري السائد مما يتعلق بخفض التكاليف وتحقيق الكفاءة" (Chadwick 2003: 444) وهي لا تولي سوى اهتمام محدود لمسألة ما إذا كان من الصحيح أساساً متابعة العلاقات التي تربط بين المواطن والحكومة (Morison and Newman 2001: 171). كذلك فإن السلطة في تايوان مابرحت تتجه إلى استخدام تكنولوجيا المعلومات لإعادة تنظيم نفسها بدلاً من أن تشرك الجمهور بصورة أشمل ضمن العمليات التي تقوم بها (Lee 2003). وعلى ذلك تركز هذه الدراسة على احتياجات المستخدمين في تايوان، وخاصة المواطنين من جميع المستويات، كما تتدارس الكيفيّة التي يشاركون بها في الحكومة الإلكترونية. والسؤال هو: هل يبدي الجمهور مثل هذا الحماس بالنسبة إلى الحكومة الإلكترونية أسوة بما تبديه السلطة الحاكمة؟ وفضلاً عن ذلك هل يمكن لاستخدام الحكومة الإلكترونية أن يساهم في الديمقراطية؟ إن الإجابة على هذه الأسئلة دفعتني إلى طرح التجربة في تايوان بالنسبة إلى تطوير الحكومة الإلكترونية كمثال، مع التركيز على المشاركة العملية في الحياة الاجتماعية والسياسية من خلال استخدام الحكومة الإلكترونية. ولسوف أطرح أمثلة عن القيم الديمقراطية التي تم تطبيقها على الحكومة الإلكترونية موضّحاً كيف يمكن تقييم هذا النمط من الحكم، وثانياً سأبدأ في رسم خارطة لخلفية موجزة للتقدّم في مجال الحكومة الإلكترونية في تايوان. وأخيراً سوف اعتمد على بعض البيانات الأمبيريقية المتعلقة باستخدام الحكومة الإلكترونية في تايوان ثم أخلص إلى مناقشة ما إذا كانت الحكومة الإلكترونية يمكن أن تخدم قضية الديمقراطية.

مسيرة الديمقراطية عبر الحكومة الإلكترونية

أثر الحوكمة: الكفاءة والمشاركة

الديمقراطية التي تقوم على مبدأ "حكم الشعب" هي في جوهرها فن الحوكمة (Governance) بمعنى أن تمارس الحكم وأن تخضع للحكم. وفي الآونة الآخيرة جاء مفهوم الحوكمة ليحّول الانتباه من مؤسسات الدولة إلى العمليات السياسية. ومثل هذه التغييرات تنطوي في ضوء الواقع على الأداء الديمقراطي في المجال السياسي بحيث يمكن تقسيمها إلى بُعدين أساسيين: الكفاءة والمشاركة. والبعد الأول يشير إلى قدرة صنع القرار على مستوى الحكومة ثم قدرتها على "توفير السلع والخدمات للمواطنين"، بينما يشير المفهوم الثاني إلى مدى فعالية إشراك المواطنين ضمن عمليات صنع القرار مع الحكومة.

يمكن الحكم على الكفاءة من واقع الأداء الإداري والمادي لأي حكومة. ويتمثل الغرض الأساسي من الحكومة في أن تحكم وأن تنظم وأن تكفل الاستقرار من خلال ممارسة السلطة. ويقول فردريكسون (Frederickson 1996) إن فعالية الحكومة الديمقراطية والحوكمة الحديثة لا تقتصر فقط على مصالح الأغلبية بل إنها لصالح المواطنين كافة، وهو ما يتوقف على الممارسة الناشطة للحصافة البيروقراطية. كما يقال بأن أكثر السبل موثوقية لتوليد الثروة وتحقيق الرخاء المادي يمكن أن يشكل الشرط المسبق، فضلًا عن العمليات المنفذة لتحقيق التحوّل الديمقراطي. وعليه أصبحت الكفاءة هي دافع الحكومات الديمقراطية كي تحقق الاستقرار.

ثم إن مناقشة الكفاءة أمر أساسي فيما يتعلق بالحكومة، بينما تشدد

مناقشة المشاركة على السبيل الذي يمكن أن يفضي إلى تمكين المواطنين وزيادة الاستقلالية الشخصية خلال عمليات الحكومة المتبعة في صنع القرارات. ذلك لأن الحكومة تكاد إلى حد كبير تشبه نوعاً من أنواع المجتمع السياسي الذي تتاح فيه للمواطنين قدرة المشاركة بدلاً من مجرد الخدمة السلبية التي تقدّمها الدولة كوكيل عنهم. ومثل هذا المحتوى يمكن تفسيره بصورة ملموسة من واقع منظور المواطنة حيث "إن وضعية المواطن تنطوي على الشعور بالإندماج ضمن المجتمع الأوسع، كما أنها وضعية إيجابية أكثر من كونها سلبية (Faulks 2000: 4)" ثم إن المشاركة عادة ما تعكس حالة تكييف العلاقة المطروحة من مجرد العميل السلبي إلى المواطن الإيجابي.

تطبيق الحكومة الإلكترونية على الديمقراطية

الحكومة الإلكترونية (E-Government) هي ناتج مثير للاهتمام، ويشمل عناصر الكفاءة والمشاركة ضمن نظام يقوم على أساس شبكة الإنترنت. ومعظم تعريفات الحكومة الإلكترونية تعتمد على تكنولوجيات الاتصال الجديدة وليس أقلها التطبيقات المستندة إلى شبكة الإنترنت. وتعرّف منظمة التعاون الاقتصادي في مجال التنمية "الحكومة الإلكترونية" على أنها استخدام تكنولوجيات المعلومات والاتصالات، ولاسيما الإنترنت، أداة للتوصل إلى حكومة أفضل (2003 :23). أما شبكة الأمم المتحدة الإلكترونية المباشرة في مجال الإدارة العامة والمالية فتفسّر الحكومة الإلكترونية على أنها الانتفاع من شبكة الإنترنت والشبكة العنكبوتية العالمية من أجل طرح وإتاحة المعلومات والخدمات الحكومية للمواطنين (2003) "ومعظم الدول الرائدة في إنشاء الحكومة الإلكترونية كانت تهدف إلى تحسين كفاءة تقديم الخدمات العامة وتوفير جزء من تكاليف

الإدارة وكما يقول فاونتن (Fountain 2001) فإن الحكومة الإلكترونية تصل بالحكم "إلى مدى أقرب من الشعب" من خلال تلبية توقعات مستخدمي الخدمات فيما يتصل بالتيسير والإتاحة وحسن التوقيت.

وهناك مزيد ومزيد من الدراسات التي تحوّلت إلى التركيز على دمج المواطنين ضمن عملية صنع السياسة. وتبشر الحكومة الإلكترونية بأنها أكثر انفتاحاً، وهو ما يؤدي بدوره إلى تحسين نوعية الديمقراطية. أما المواضيع ذات الصلة فتشمل زيادة عناصر المساءلة والشفافية وتيسير سبل التشاور والمشاركة المدنية بين الحكومات والمواطنين (Chadwick 2003; Lenihan 2002; Morison and Newman 2001; Norris 2001). ومثل هذه المنظورات تتجاوز التقديم البسيط للخدمة الإلكترونية وتتحوّل إلى أنماط مختلفة من المشاركة إلى حيث التشاور على الخط الإلكتروني المباشر والتصويت على الخط المباشر أيضاً. كما أن منتديات المناقشة على نفس الخط تخلق مزيداً من الفرص أمام المواطنين من أجل التداول واتخاذ القرارات المباشرة التي تشكل أمثلة على المواطنة الفعالة. وهذا التغيير له أهميته الخاصة بالنسبة إلى دعاة الديمقراطية المباشرة أو ما يعرف بأنه "الديمقراطية القوية". وعلى ذلك فالإمكانيات الرئيسية التي تنطوي عليها شبكة الإنترنت بالنسبة إلى الحكومة إنما تكمن في تدعيم المشاركة العامة وتحسين الفعالية الإدارية.

مع ذلك فهناك من الدارسين من ينزع إلى التشكك في أن التكنولوجيا الجديدة جديرة بأن تفضي إلى نتيجة مؤداها تقويض القيم الديمقراطية بدلاً من تعزيز الديمقراطية ذاتها: إن تكنولوجيا المعلومات الجديدة من المرجح أن تؤدي إلى تدعيم حالات اللامساواة القائمة سواء ضمن نطاق الحكومة ثم بين الحكومة والمواطنين (Danziger et al.1982; Lax 2001) مع

توسيع الهوة الفاصلة بين الذين يملكون "المعلومات "والذين لايملكونها (Rabb et al. 1996: 285) ومثل هذه الآراء أصبحت الأساس للقضية التي تعرف باسم "الهوة الرقمية". فأوجه اللامساواة الاجتماعية لم تقلّ مع تطوّر الحكومة. وفضلاً عن ذلك فالنموذج الإداري أصبح سائداً، على حساب الإمكانيات "الاستشارية" و "التشاركية"، وعزز ذلك بدوره هيكل السلطة القائم، فيما لا يزال قاصراً عن التوصل بأي حال إلى "الديمقراطية الإلكترونية (Chadwick and May 2003: 293, 296).
وبمعنى آخر، فإذا ما ظلت الآلية القائمة هي القاعدة الراسخة (ومن ذلك مثلاً نموذج الدولة الوكيلة) فإن الدعوة إلى الحكومة الإلكترونية سوف تندرج مرة أخرى ضمن سلسلة من اليوتوبيات الخيالية بالنسبة إلى الشريحة المحظوظة من المجتمع.

هناك سبب آخر لذلك التشكك فيما يتعلق بامكانية إتاحة "حرية المعلومات" من خلال تكنولوجيا الاتصالات الجديدة. إن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من المرجح أن تشكل عدواناً على الخصوصية الشخصية وتزيد من عمليات التصنت والسيطرة على الأشخاص والجماعات (Rabb 1997: 155-6). وقد أشار ليون (Lyon 1994) صراحة إلى ما يمكن أن يترافق مع ذلك من عدوان على الخصوصية وتجسس غير مأذون به على الأفراد وهو أمر يتنافى بطبيعة الحال مع الديمقراطية الليبرالية. كذلك فالعمليات التي تتم في مجال الحكومة الإلكترونية تنطوي على دمج وتقاسم البيانات عبر النطاقات البيروقراطية مما يؤدي إلى أن الأمن عبر الخطوط الاتصالية يصبح إحدى القضايا التي تستدعي أشد عوامل القلق؛ فقد يخشى الناس من أساليب حماية المعلومات وسجلات المعاملات الخاصة بهم. وفضلاً عن ذلك ففيما تعد الحكومة الإلكترونية بأن

تكون حكومة منفتحة، إلا أن درجة الشفافية مازالت مثاراً للجدل باعتبار أن المعلومات المنتقاة يمكن أن تكون تكتيكاً تصطنعه الحكومة من أجل السيطرة المتعمدة على عقول الناس. وعلى ذلك فتكنولوجيا المعلومات تمثل سلاحاً "ذا حدين يمكن استخدام التكنولوجيا في أغراض التجسس والرصد والسيطرة والتضليل الإعلامي بنفس السهولة التي يمكن أن تعزز الشفافية والمساءلة وإتاحة الوصول إلى المعلومات بما من شأنه تعزيز التطوّر البشري" (Fountain 2003) .

تقييم الحكومة الإلكترونية في مجال الممارسة

ينطوي أداء الحكومة الإلكترونية على كثير من العوامل المطروحة ضمن نطاق الحكم وخارجه. وبالنسبة إلى كثير من المارسين فإن عوامل "المكتب الأمامي" والمكتب الخلفي تؤخذ بنظر الاعتبار؛ فالأول يعني المعلومات والخدمات التي تقدّم والتفاعل بين الحكومات والمواطنين. والجانب الذي تمثله المواقع الشبكية الحكومية. هو العامل الفوري الذي يؤثر على استخدام المواطنين للحكومة الإلكترونية والإدراك العام والشعور السائد نحو الحكومة الإلكترونية يمكن بسرعة وبساطة أن يتم من خلال التجربة مع المواقع الشبكية الحكومية. وفيما يتصل بـ "المكتب الخلفي" فهو يشير إلى الجوانب المستترة من الحكومة الإلكترونية، ومنها مثلاً الهيكل الأساسي للمعلومات والإطار المؤسسي والإصلاح الإداري. وتوجَّه معظم الجهود المبذولة بواسطة الحكومة نفسها كما أن النتائج المتحصلة تبرهن أساساً على تعزيز الكفاءة ضمن نطاق القطاع العام.

تعمل كثير من المنظمات على تقييم الحكومة الإلكترونية على أساس وجود موقع شبكي حكومي. وعلى نحو ما أوضحت منظمة التعاون

الاقتصادي في مجال التنمية، فإن الدراسات الراهنة تنحو نحو التركيز على اتساع الخدمة المباشرة إلكترونياً (ومنها مثلاً عدد الخدمات المقدمة) ونطاق الخدمة المذكورة أعلاه (مثل فئة المتعاملين المستهدفة الذين تقدّم من أجلهم هذه الخدمة) ثم، وبدرجة أقل، نوعية الخدمة الإلكترونية المباشرة (ومنها مثلاً مدى تحقيق هذه الخدمات للأهداف المنشودة)، (Organization for Economic Co-operation and Development 2003: 137). وتنطوي بعض الدراسات على إدماج عناصر الديمقراطية ضمن تقييماتها ولكنها لاتزال قائمة على أساس وجود المواقع الشبكية الحكومية. إن فريق البحوث الذي يتخذ مقره في أريزونا وهو مجموعة بحوث السياسات السيبرية على سبيل المثال قام بتطوير"نظام تقييم الخصائص للمواقع الشبكية" من أجل تقييم المحتويات والصيغ التي ترتبط بالمواقع الشبكية للحكومة الإلكترونية على المستوى القومي طبقاً لاثنين من المعايير الأساسية: الشفافية والتفاعلية (Cyberspace Policy Research Group 1998).

على أن نظام تقييم خصائص الموقع الشبكي لا يتعامل ببساطة على الأقل مع شفافية المعلومات كضرورة، ولكنه يستغل العلاقة بين الدوائر الحكومية والمواطنين من خلال تقييم عنصر التفاعل. وتستخدم نوريس نفس النظام في مناقشة الوظائف الديمقراطية للمواقع الشبكية الحكومية وهذا هو الأهم لدمج مستويات التحوّل الديمقراطي والانتشار التكنولوجي والتنمية الاجتماعية – الاقتصادية ضمن بحثها عن المواقع الشبكية الحكومية على مستوى العالم (Norris 2001: 125) وهي تخلص إلى أنه يبدو مناسباً أكثر عقد مقارنة بين النشاط الحكومي عبر الخط المباشر

وبين دور الحكومة في العالم الحقيقي. وعليه "ينبغي للمواقع الشبكية الحكومية أن يتم تقييمها على أساس النوعية والفعالية لمهامها المعلوماتية والاتصالية" (2001: 129) .

ويعمل مركز بحوث الأسواق العالمي (World Markets Research Centre 2001) ومركز السياسة العامة (The Centre for Public Policy) (2002, 2003) على تقييم وجود المواقع الشبكية الحكومية طبقاً لثلاثة أبعاد: تقديم المعلومات وتقديم الخدمات والإتاحة للجمهور. كما يتم استخدام ستة معايير: الخدمة المباشرة إلكترونياً، والخصوصية، والأمن، والإتاحة في حالة الإعاقة وإتاحة اللغات الأجنبية والإعلانات ورسوم الاستخدام والتواصل العام.

مع ذلك فهذه التقارير بالغت في التأكيد على محتوى الخدمة الإلكترونية المباشرة والمستويات التقنية، وجاء ذلك على حساب الحكومات الإلكترونية المحلية. وفيما تم تسليط الأضواء على "الخدمة المقدمة في موقع واحد" باعتبار ذلك ميزة للحكومة الإلكترونية، فإن التقارير ذات الصلة تدرجها فقط باعتبارها ملمحاً من ملامح الصلة الداخلية. وانطلاقاً من أن الخدمة المقدمة في الموقع الواحد من المطلوب أن تصبح نافذة وحيدة فإن محتواها ينبغي تقييمه على أساس محتوى سائر المواقع الشبكية للحكومات المركزية. وأخيراً فلم تنل احتياجات المستخدمين المحليين سوى اهتمام منقوص حيث ان التقارير ذات الصلة اعتمدت إما على عدد قليل من القارئين الأجانب أو استخدمت ترجمة آلية عندما لا يتم طرح المواقع الشبكية باللغة الانجليزية. ولأن هذا النهج يبدو في الغالب وكأنه يعاني من العنصر الذاتي أو من التحيز التكنولوجي،

يظل من الضروري الإحالة إلى بيانات أخرى تتعلق باستخدام الحكومة الإلكترونية وبحالة رضا المستخدمين في كل بلد.

نظرة عامة على الهيكل الأساسي للحكومة الإلكترونية في تايوان

الأصل والتقدّم

كان منتصف عقد التسعينات مرحلة جوهرية فاصلة بالنسبة إلى تطوّر شبكة الإنترنت وكذلك لمشاريع الحكومة الإلكترونية في تايوان. أما الاتجاه الدولي في ذلك الوقت فكان يتمثل في تطبيق أحدث التطوّرات في مجال الاتصالات ولاسيما الإنترنت على الإدارة العامة. وعلى سبيل المثال فإن إدارة كلينتون – غور بالولايات المتحدة تصدّرت المسيرة من خلال المشروع الوطني للهياكل الأساسية للمعلومات الذي سلط الأضواء على فكرة الحكومة الإلكترونية. وبالتوازي مع إخطار الاتحاد الأوروبي فإن مشروع الخط المباشر في حكومات مجموعة السبعة أشار أيضاً إلى أن استخدام تكنولوجيات الحاسوب في مجال الإدارة العامة يمكن أن يؤدي إلى تحسين فعالية الحكومات وإنتاجيتها.

وفي تايوان اقتفت الحكومة النموذج الأميركي فأطلقت أعمال فرقة عمل من أجل وضع هيكل أساسي وطني للمعلومات في تايوان في عام 1994. وكانت المهمة الرئيسية للوحدة ذات الصلة تتمثل في تعزيز وتطوير الهيكل الأساسي للمعلومات عبر البلد بأسره، كما أن أولويتها تمثلت في زيادة عدد مستخدمي الإنترنت، ومن ثم بدأت في طرح الشعار المثير وهو "إستهداف الوصول بمستخدمي الإنترنت إلى ثلاثة ملايين في ثلاث سنوات". وسرعان ما أغرقوا وسائل الإعلام الجماهيرية بهذا الشعار وهنا

فالحملة حققت نجاحاً كبيراً: الإحصاءات من معهد صناعة المعلومات توضح أن عدد مستخدمي الإنترنت زاد من 440,000 إلى 4,02 مليون فرد بين عامي 1996 و 1999 (ACI-FIND 2002: 4) .

وكما هو الحال في الولايات المتحدة، فإن هيكل المعلومات الوطني في تايوان كان يهدف إلى إنشاء حكومة إلكترونية لتيسير الخدمات العامة والإدارة الحكومية. وعمد رئيس الوزراء ون شانغ سياو (Wan-Zhang Xiao) إلى تسليط الأضواء على أهمية إعادة اختراع الحكومة في مناسبات حكومية متعددة، وطرح ثلاثة مواضيع لإعادة الاختراع: الشبكات والموارد البشرية والخدمة المدنية والمشروعية. ففي موضوع الموارد البشرية والخدمة المدنية بالذات فإن الحكومة الإكترونية ستكون الفاعل القيادي وتعني الحكومة بناء مشروع وطني مركّز على شبكة المعلومات استجابة لفكرة "إعادة اختراع الحكومة" طبقاً لخطة الهياكل الأساسية للمعلومات الوطنية التي تشمل جميع جوانب الاقتصاد والنقل والتعليم والثقافة، وهدفها الأساسي يتمثل في تحقيق "مجتمع المعلومات". وفيما عملت الوحدة التايوانية ذات الصلة على التعبير عن الخطة بالنسبة إلى الهياكل الأساسية للمعلومات الوطنية في تايوان، فقد ذكرت ما يلي:

من الضروري بالنسبة إلينا أن نقوم بإنشاء شبكات المعلومات والنظم الإلكترونية فضلاً عن الحكومة الإلكترونية... لتعزيز السياسات الابتكارية القائمة على المرافق الأساسية للمعلومات ونتيجة لهذا سوف نعيد اختراع قوتنا.

(National Information Infrastructure Unit 1997)

وعمل اليوان التنفيذي (الذي يشار إليه غالباً على أنه مجلس الوزراء)

على الإقرار الرسمي لمشروع الحكومة الإلكترونية المتوسط الأجل في عام 1997. وهذا المشروع يشمل الخطط التأسيسية: الهياكل الأساسية للمعلومات وشبكة الخدمات الحكومية ونظام البوابة الإلكترونية وخدمات شبكة الأمن والتصديق الإلكتروني، وكل منها يضم عدداً كبيراً من الخطط الفرعية (الضرائب الإلكترونية والشراء الإلكتروني والنشر الإلكتروني والخدمات المقدمة من موقع واحد وما إلى ذلك بسبيل) .

الخدمات الحكومية في موقع واحد

مع زيادة عدد المجالات والجوانب المتاحة لخدمات الحكومة الإلكترونية يصبح ممكناً أن يتاح للمواطن سبل للوصول المباشر بدلاً من المجزأ إلى مجموعة من الخدمات ذات الصلة. والدافع الذي يحّث على "تكامل الخدمات" يؤدي إلى حكومة شاملة، كما أن قنوات تقديم خدمة من هذا القبيل تتسم بالتكامل وتشمل المواقع الشبكية ومحال الخدمة الواحدة ومراكز الاستدعاء التي يمكن أن تقدّم الخدمات بمرونة لصالح الجماعات المستهدفة (Horrocks and Bellamy 1997) وعليه ففي المملكة المتحدة اعتمدت حكومة بلير، وهي من دعاة الحكومة المتشاركة "فكرة" محل الخدمة الواحد الذي يتيح للمواطنين إيجاد المعلومات وتصريف مصالحهم في بوابة متكاملة قابلة للبحث بينما يدعمون كذلك الصلات فيما بين القطاع العام.

وبالمثل فإن الحكومة التايوانية أقرت الخطة بالنسبة إلى نقطة دخول الحكومة الإلكترونية في تايوان في عام 2001. وكانت نافذة موحدة للخدمة العامة وتدعى أنها توفر الصلات مع جميع المواقع الشبكية الحكومية ذات الصلة ومع آلاف من الأشكال القابلة للتحميل والمئات من الخدمات التي تستخدم على الخط المباشر. وهذا المشروع يتفق مع الاحتياجات

ومع تطوير نظم التوزيع المطروح في خطة عمل الحكومة الإلكترونية (Research, Development and Evaluation Commission 2001)، 2001-2004: إضافة إلى خطة عمل تطوير المعلومات والاتصالات الوطنية التي تم نشرها لاحقاً في العام ذاته (National Information and Communications Initiative Committee 2001).

تتبع خطة الحكومة الإلكترونية أساساً مشروع الحكومة الإلكترونية متوسط الأجل، وتشمل تدابير من قبيل "تدعيم الهياكل الأساسية وتعزيز أسلوب الحوسبة على نطاق واسع ورفع مستويات استخدام المعلومات الحكومية ودعم نشر المعلومات الحكومية وتقاسمها وتكاملها وتنفيذ الخدمة الحكومية المباشرة إلكترونياً. "وقد إلتزمت الحكومة بتعزيز الأعمال الحكومية والخدمات الحكومية المقدمة للمواطنين وبتفعيل الإصلاحات الإجرائية بما يتيح العمل من خلال "نافذة وحيدة" وتقديم الخدمة من موقع واحد" (Research, Development and Evaluation Commission 2001) .

وكان لا بدّ من الانتظار حتى عام 2002 ريثما تكتمل صورة أوضح لتصميم موقع البوابة الحكومية. وهو الموقع الذي تم طرحه رسمياً على الجمهور في آذار/ مارس 2002وحمل اسم "حكومتي الإلكترونية - نقطة الدخول إلى الحكومة الإلكترونية في تايوان". وتتألف خدمة هذا الموقع من ثلاثة أبعاد: استفسارات المعلومات، وتقديم الخدمات الإلكترونية والاتصال التفاعلي بين المواطنين والحكومة (Research Development and Evaluation Commission, 2002). **وأولاً** فإن الموقع الشبكي يقدم آلة بحثية قوية على الإنترنت وخدمة دليل للموضوعات وخدمة تتم في الوقت الحقيقي ويبكام (webcam) **ثانياً** يخطط موقع البوابة لكي يتيح

1500 شكل ووثيقة يمكن تحميلها إلى جانب 400 خدمة تطبيق إلكتروني تتاح مع حلول عام 2004. **ثالثاً** يغطي كثيراً من الخدمات الإخبارية بما في ذلك الأنشطة اليومية للوكالات الحكومية والأخبار الحقيقية إلى جانب نشرة إلكترونية. كما يطرح الموقع نظاماً للاستفسارات عبر البريد الإلكتروني ومنتدى للنقاش ومسحاً إلكترونياً للرأي إلى جانب استطلاع إلكتروني مباشر.

ومن المفهوم أن حكومة تايوان كانت حريصة على تعزيز الهياكل الأساسية للحكومة الإلكترونية حيث يتمثل هدف الحكومة أساساً في تحسين ملاءمة وكفاءة الخدمات الحكومية. كما جاء نشوء خدمة الموقع الواحد ليوسّع أكثر المنافع المستقاة منها (بما في ذلك الاستثناء من الحاجة إلى تقديم وثائق خطية فعلية وبالإضافة إلى استخدامات غير ورقية ومتعددة النقاط ومتعددة القنوات إضافة إلى خدمات تقدّم منزلياً) وتبدو خدمة الموقع الواحد مفهوماً جديداً. ومع ذلك يُنظر إليها على أفضل وجه بوصفها نموذجاً للحكومة المتكاملة "إن التكامل هو آخر مظاهر الاهتمامات الأقدم في ميدان السياسة والإدارة العامة – تنسيق عملية صنع السياسات والإدارة" (Pollitt 2003: 36). وعليه فهي تعاونية بحيث لا تقتصر على مجرد العمل من أعلى إلى أسفل ولكنها تقتضي التفاعل مع المتعاملين معها.

استخدام الحكومة الإلكترونية في تايوان

وصلت الحكومة إلى هدفها البالغ ثلاثة ملايين من مستخدمي الإنترنت بحلول عام 1999 في ظل شبكة الإنترنت التي اخترقت تايوان وظلت تنمو بصورة مطردة منذ الحين وتوضح الإحصاءات الوطنية أن اختراق الإنترنت لمجال الأسر المعيشية في تايوان بلغ 20.1 في المائة في

كانون الثاني/ يناير 1999 ثم 37,5 في المائة مع شهر آذار/ مارس 2001 و48,6 في المائة في شهر آذار/ مارس 2003. وفضلاً عن ذلك فأكثر من 50 في المائة (53,5 في المائة في عام 1999 و 59.7في المائة في عام 2001 و66,8 في المائة في عام 2003) من مستخدمي الإنترنت في تايوان أصبح لهم سبل إتاحة إلى المواقع الشبكية الحكومية (Department of Statistics 1999, 2001, 2003).

نشاط المستخدمين

في الغالب الأعم يمكن أن نخلص إلى أن مستخدمي الإنترنت في تايوان ممن يزورون الحكومة الإلكترونية إنما يفعلون ذلك من أجل الاطلاع على المعلومات وفي عامي 1999 و2001 كانت النسبة المئوية لمستخدمي الحكومة الإلكترونية ممن أفادوا عن هذا النشاط ما يقرب من 90 في المائة (انظر الجدول 1.10). أما المعدل الذي بلغته مشاركة المستخدمين في الأنشطة الأخرى فكان دائماً أقل من 29 في المائة. أما النشاط الثاني الواسع الشعبية فقد تغيّر من "الأنشطة الأكاديمية" في عام 1999 و"طلب البطاقات "في عام 2001 إلى "طلب الخدمة العامة" في عام 2003. ومع ذلك لا بدّ من ملاحظة أن الدراسة لم تحدد موقعاً واحداً أو مواقع شبكية حكومية بعينها ومن ثم فالنتائج لا تعطي سوى صورة عامة عن مستخدمي الحكومة الإلكترونية.

وفيما يتعلق باستخدام موقع البوابة الحكومية، فإن سلطة الحكومة الإلكترونية ولجنة البحوث والتنمية والتقييم أجرتا استقصاءات بشأن الرضا في آذار/ مارس وأيلول/ سبتمبر (2003a and 2003b) 2003. ومن واقع استجابات الذين كان لهم تجربة مع خدمة الموقع الواحد (على النحو المعروض في الجدول 2,10) يبدو أن تصفّح المعلومات مازال

هو النشاط الأوسع شعبية على الخط المباشر، ويعقبه البحث المباشر عن استخدام المعلومات وأشكال التحميل ثم يأتي بعد ذلك التعبير عن الآراء باعتباره أقل النشاطات رواجاً.

الجدول 1.10

نشاط المستخدمين على المواقع الشبكية الحكومية في تايوان

النسبة المئوية للمستخدمين الذين أفادوا عن النشاط			
	كانون الثاني/ يناير 1999 (N=2.129)	آذار/ مارس 2001 (N=1.894)	آذار/ مارس 2003 (N=2.060)
تصفّح (المعلومات/ الأخبار)	90.0	89.6	81.0
طلب البطاقات	-	15.9	2.6
الأنشطة الأكاديمية	15.8	13.2	10.3
طلب الخدمات العامة	8.4	8.9	16.8
البحث عن فرصة عمل	12.0	7.7	2.4
التعبير عن الآراء	6.9	5.7	2.2
العطاءات العامة	3.4	5.8	6.0
أمور أخرى	3.7	1.8	0.8

المصدر: إدارة الإحصاء: مسح لاستخدام الإنترنت فيما بين سكان تايوان تايبيه- وزارة النقل 1999، 2001 و2003.

حاشية الاستجابات المتعددة ممكنة

وبالإضافة إلى ذلك، فطبقاً لمعهد صناعة الإعلام (ACI-FIND 2001) فلا المواقع الشبكية للحكومة ولا موقع البوابة الحكومية لهما الأهمية القصوى فيما يتعلق بمعدل الوصول إلى المواقع الشبكية. ويعتمد المعهد المذكور في تعريف معدل الوصول إلى الموقع الشبكي على iRate وهي شركة قطاع خاص تتخصص في تصنيفات الإنترنت. ويتم التوصل إلى "معدل الوصول إلى الموقع الشبكي" من خلال قسمة مجموع المتعاملين مع الإنترنت من السكان على عدد زوار موقع شبكي واحد في غضون فترة معينة للاستقصاء ذي الصلة. ومعدل الوصول إلى موقع البوابة الحكومية هو 68 , 1 في المائة وهو لا يصنف إلا عند رقم 24 بين جميع المواقع الشبكية الحكومية (ACI-FIND 2001: 25) وهذا أمر غير اعتيادي لأن موقع البوابة لا بدّ وأن يسجل معدل وصول أعلى بكثير من سائر المواقع الشبكية.

ليس من شك في أن معدل الوصول لا يعكس بصورة كاملة استخدام الحكومة الإلكترونية. ومن شأن تحليل لسلوك مستخدمي الحكومة الإلكترونية أن يتيح مدخلاً آخر؛ فالبحوث التي أجريت بعد أن أطلقت حكومة تايوان موقع البوابة الحكومي (حكومتي الإلكترونية) في آذار/ مارس 2002 تكشف النقاب عن بعض النقاط المهمة (Chen and Lin 2002). **فأولاً**، ومن واقع تحليل متقاطع لأمد بقاء الزوار وعدد الصفحات التي يتم استعراضها، نخلص إلى أن أكثر من 80 في المائة من الزوار يجنحون إلى البقاء بصورة موجزة ويكتفون باستعراض صفحة أو صفحتين. أما متوسط وقت البقاء في موقع البوابة فهو أقل من دقيقة واحدة. وربما يعزى هذا إلى أن الزوار لا يجدون الخدمة أو المعلومات التي يحتاجون إليها هناك ثم يغادرونها على الفور. ومن ثم يوجد فرق بين

احتياج المستخدمين والمحتوى الذي يقدمه موقع البوابة. **ثانياً** المستخدمون الذين يزورون موقع البوابة لا يمكثون برهة قصيرة فقط ولكنهم أيضاً يستعرضون الصورة "الضحلة والقصيرة الفورية أكثر من استعمال أي خدمات أخرى. أما الصفحات الشعبية فهي تتركز على الصور الواقعية الملتقطة بواسطة الويبكام في عدد من المزارات السياحية وهي أهم وظيفة مفضلة في الموقع (38-36 :2002). وبرغم أن الصور الواقعية ربما تجذب بعض المستخدمين لكي يستعرضوا هذا الموقع من البوابة فمن المشكوك فيه ما إذا كانوا بعد ذلك يستخدمون خدمات أخرى إذا ما وضعنا في الاعتبار متوسط الفترة الزمنية لبقائهم فيها.

عادة ما يزور مستخدمو الإنترنت مواقع شبكية مختلفة بحثاً عما يحتاجون إليه. ويوضح المحتوى والخدمة المقدمة على نحو ما تعرضه المواقع الشبكية الحكومية المختلفة، مدى الاختلاف في هذا الصدد، وما إذا كانت جميع الموارد يمكن تغطيتها في موقع شبكي واحد حتى يستطيع المستخدمون توفير الوقت والطاقة في هذا المضمار. وعليه فإن فكرة الخدمة في موقع واحد، المستقاة من تكامل الموارد المباشرة المختلفة يصبح لها معنى بكل تأكيد: إن الحكومة المتكاملة من ناحية يمكن أن تؤدي إلى تحسين الفعالية الإدارية لصالح الحكومة. ومن الناحية الأخرى، فبالنسبة إلى الجمهور يمكن أن تخدم بوصفها قناة بديلة من أجل إتاحة الشؤون العامة. ومع ذلك فمن بين العديد من المواقع الشبكية، هل يستطيع الموقع الشبكي الحكومي أن يكون جاذباً لمستخدمي الإنترنت شأن المواقع الشبكية العامة؟ وفضلاً عن ذلك، فهل تتمتع خدمة الموقع الواحد بالجاذبية الكافية بالنسبة إلى مستخدمي الإنترنت؟ ومن هنا فإن المواقع الشبكية الحكومية لا يتعين عليها فقط أن تتنافس مع هذه المواقع الشبكية التجارية القوية ضمن

عملية التفاعل، ولكن أيضاً فيما يتعلق بفعالية إجراءاتها فإن عليها أن تلبي احتياجات وطلبات المستخدمين قدر الإمكان.

الجدول 2.10

نشاط المستخدمين في موقع البوابة الحكومية في تايوان

	النسبة المئوية للمستخدمين الذين يفيدون من النشاط	
	آذار/ مارس 2003 (N=36)	أيلول/ سبتمبر 2003 (N=46)
التصفح (المعلومات/ الأخبار)	39.1	84.5
البحث عن أشكال استخدام المعلومات وتحميلها	21.2	35.1
طلب الخدمات العامة على الخط المباشر	16.0	32.4
خدمة ويبكام	11.9	19.7
نيل الجوائز	3.4	0.0
التعبير عن الآراء	3.1	6.7
أمور أخرى	5.2	6.7
لا استجابة	0.0	3.1

المصدر: لجنة البحث والتطوير والتقييم، مجلس الوزراء – استقصاء عن رضا الجماهير عن الخدمات العامة – تايبيه: مجلس الوزراء

ملحوظة:

الاستجابات المتعددة ممكنة، والنتائج تستبعد المستعملين من المواقع الشبكية الحكومية الأخرى. ويقتصر الأمر على إحصاء المستخدمين الذين لديهم خبرة مع موقع البوابة الحكومية.

نوعية الخدمات

على نحو ما يذكر تقرير لمنظمة التعاون الاقتصادي في مجال التنمية "فإن نوعية خدمات الحكومة الإلكترونية كثيراً ما يتم تقييمها على أنها مدى رضا المواطنين" (Organization for Economic Cooperation and Development 2003: 146) ويمكن أن يعكس هذا حقيقة أن توقعات وعوائد المواطنين تتطوّر بسرعة في إطار بيئة خدمات متغيرة. ومعظم الاستقصاءات المذكورة أعلاه تحقق أيضاً فيما يتصل برضا المستخدمين إزاء المواقع الشبكية الحكومية.

وطبقاً للأرقام الحكومية يبدو أن غالبية مستخدمي الإنترنت في تايوان باتوا يشعرون بالرضا بشكل معقول إزاء استخدامهم للحكومة الإلكترونية. ومن بين صفوف المستخدمين فإن مستوى الرضا كان 67,9 في المائة في عام 1999 و78,8 في عام 2001و72,7 في المائة في عام 2003 (Department of Statistics 1999, 2001, 2003). ومع ذلك فالأكاديميون يطرحون صورة مختلفة تشير إلى أن ثمة قدراً من اللايقين بشأن كفاءة الحكومة الإلكترونية. وفي مسح استقصائي لهيكل ودافعية مستخدمي الإنترنت في تايوان تم إجراؤه في أواخر التسعينات وجد وانغ (Wang 2000) أن نسبة 40,3 في المائة فقط من المستخدمين كانوا يشعرون بالرضا إزاء أداء الحكومة الإلكترونية. ومع ذلك فنسبة

9 ,35 في المائة لم يردوا على السؤال. وربما يرجع ذلك إلى أنهم لم يسمعوا عن الحكومة الإلكترونية من قبل أو كان لهم فهم محدود للغاية بشأنها (71 :2000) وقد أجرى هو (Hu 2001) قدراً من البحوث التكميلية عن مدى المشاركة في الشؤون العامة بين صفوف مستخدمي الإنترنت في تايوان. ويجدر القول بأنه رغم أن أكثر من 70 في المائة كانوا قد سمعوا عن الحكومة الإلكترونية فإن نسبة 20 في المائة فقط من بنود الخدمة هي التي تم استخدامها (77 :2001). وهذه الدراسة أجرت تقييماً شاملاً للحكومة الإلكترونية فكانت أقل إيجابية كذلك: نسبة 8 ,9 فقط في المائة من مستخدمي الإنترنت شعروا بالارتياح إزاء الأداء العام للحكومة الإلكترونية. ومعظم مستخدمي الإنترنت، إما كان لديهم مواقف سلبية نحو الحكومة الإلكترونية، أو لم يفهموها أصلاً. ويشير الباحث السابق إلى أن الحكومة ينبغي أن تبذل مزيداً من الجهود لتعزيز الحكومة الإلكترونية وحفز دافعية المواطنين للتواصل معها. وفضلاً عن ذلك كله فهو يوصي بإنشاء موقع لبوابة ليشكل وسيلة لحل هذه المشاكل (83 :2001).

ومن الأمور الدالة أن الحكومة الإلكترونية لم تثبت حتى الآن أنها تؤدي وظيفتها لأن عمل الحكومة الإلكترونية سوف يحتاج مزيداً من الوقت كي تثبت جدارتها. ولكن نتائج الاستقصاءين اللذين أجريا بالنسبة إلى رضا شعب تايوان إزاء الخدمات العامة جاءت لتثبت أهميتها الفائقة (Research, Development and Evaluation Commision 2003a, 2003b) أما في بحث شهر آذار/ مارس 2003، فبينما ذكرت نسبة 4 ,43 في المائة أنهم راضون عن وجود الحكومة في مجال الساحة الإلكترونية فإن نسبة 1 ,37 في المائة لم تفهم بعد هذه الفوائد. وعندما أعيد الاستقصاء في أيلول/ سبتمبر 2003 لم تطرأ زيادة كبيرة على مستوى الرضا (أصبح الآن

44,6 في المائة) بل طرأ نقص في نسبة الذين لم يفهموا فوائدها (أصبح الآن 35,6 في المائة) وبرغم أن استقصاء أيلول/ سبتمبر أفاد بأن ما يقرب من 80 في المائة من مستخدمي موقع البوابة ذكروا أنهم يشعرون بالرضا إزاء خدمة الموقع الواحد فإن النتيجة بحاجة إلى قراءتها باعتناء باعتبار أن العينات محدودة: 8,08 في المائة من مستخدمي الحكومة الإلكترونية ذكروا أن ليس لديهم فكرة عن ماهية حكومتي الإلكترونية خدمة الموقع الواحد ومن ثم فمن المستبعد أن يعرفوا حتى أين توجد (2003b) ويبدو أنه بالنسبة إلى المستخدمين في تايوان، فإن خدمة الموقع الواحد لا تمثل شيئاً بقدر ما أنها واحد من المواقع الشبكية العديدة، ومن ثم فالافتقار إلى الفهم الملائم للحكومة الإلكترونية يشكل الحاجز الأساسي أمام الشعب التايواني.

هناك عوامل كثيرة أخرى تحوّل بين مستخدمي الحكومة الإلكترونية وبين مواصلة الانتفاع من خدمات الحكومة الإلكترونية. ولأن هناك الكثير من مستخدمي الحكومة المذكورة، ممن يستعملون المواقع الشبكية الحكومية أساساً من أجل تصفح المعلومات، فلا عجب أن تجنح شكواهم إلى الانطلاق على أساس القضايا التي تتصل بقصور المعلومات. ومن أسباب عدم الرضا إزاء المواقع الشبكية الحكومية ما يتجلى باستمرار على قمة المشاكل ممثلاً في أن بنود الخدمات ومواد المعلومات المقدمة محدودة للغاية ويتلو ذلك مشكلة أن المعلومات تجاوزها الزمن وأخيراً قصور عرض المعلومات (Department of Statistics 1999, 2001, 2003).

فيما يتعلق بالخدمات المقدمة على الخط المباشر فقد لا تستطيع الخدمات المتاحة على هذا النحو أن تلبي بدقة احتياجات المستخدمين. والكثير من مستخدمي مواقع البوابة (65,2 في المائة في استقصاء آذار/

مارس و82,2 في استقصاء أيلول/ سبتمبر) ذكروا أن لم يكن لديهم حاجة إطلاقاً لاستخدام هذه البوابة (Research, Development and Evaluation Commision 2003a, 2003b) وبالحتم فإن التعامل مع خدمة خط مباشر تنطوي على بث معلومات شخصية. وعند السؤال عما إذا كانوا يترددون في استخدام هذه الخدمات، ذكرت نسبة تزيد على 40 في المائة أنهم ليسوا متحمسين للإفضاء بمعلومات شخصية عن أنفسهم بواسطة الإنترنت. وبذلك فإن مستخدمي الحكومة الإلكترونية يساورهم قلق واسع النطاق إزاء الكشف عن معلوماتهم الشخصية خلال معاملة ما.

وفي أنجح فترات الحكومية الإلكترونية في تايوان، وبرغم أن 96 في المائة من المواقع الشبكية لحكومة تايوان تحتوي على بيانات خصوصية، إلا أن 35 في المائة فقط أصبحت هي التي تقدّم بيانات متعلقة بالأمن (Centre for Public Policy 2002). وكانت حكومة تايوان مدركة لضرورة حماية التفاصيل المتعلقة بالأشخاص، ولكنها لا تبدو وكأنها اتخذت إجراءات فعالة لضمان أمن المعلومات على الخط المباشر في ضوء تزايد عدد مقتحمي شبكة الإنترنت ممن يسرقون المعلومات الشخصية عن طريق تلك الشبكة، وحتى في عام 2004 أفادت جريدة **يونايتد دايلي نيوز** بأن أفراد الشعب مازالوا يشعرون بالأمان أكثر عندما يستخدمون الطرق التقليدية في ملء إقرارات الضرائب وليس شبكة الإنترنت معظم الناس سوف يقلقون إزاء الإقرار الإلكتروني، 31 أيار/ مايو 2004. ويبدو أن مستخدمي الحكومة الإلكترونية لا يثقون في أمن الخط المباشر الإلكتروني ويفضلون اللجوء إلى تقديم معلوماتهم بعيداً عن هذا الخط بدلاً من المخاطرة بخسارة البيانات المتعلقة بهم على يد جواسيس الحكومة الإلكترونية.

تقريب الديمقراطية من الشعب

منذ إنشاء هيكل أساسي للمعلومات، ثم تأسيس "خدمة الموقع الواحد" فإن ما ظلت تركز عليه حكومة تايوان ظل يتمثل في التغيير الذي يطرأ على إدارة وتحسين عنصر الكفاءة ضمن إطار القطاع العام وهو ما يرتبط وثيقاً بتحديث الحكومة. وهذه العوامل مهدت الطريق للتحوّل الديمقراطي في تايوان. إلا أنها تبدو وكأنها قد اتبعت نهجاً إدارياً في الأساس باعتبار أن أي بيروقراطية تعمد إلى إدارة شؤونها أساساً بما يحقق مصالحها الخاصة. وإذا ما تأملنا بدلًا من ذلك درجة الديمقراطية لوجدنا أن إتاحة الفرصة لمشاركة المواطنين أهم بكثير من الكفاءة الإدارية.

وفي حالة تايوان توضح البيانات أن القبول العام والمشاركة في شبكة الإنترنت لصالح المواطنين قد بلغا مستوى مُرضياً. ومع ذلك فإن الاستخدام العام للإنترنت في تايوان لا يزال عند مستوى "تصفح المعلومات" بصورة أساسية من أجل أغراض الترفيه والاتصال الشخصي. ويمثل ذلك مستوى أساسياً لاستخدام شبكة الإنترنت. وقد جاء تفحص استخدام الحكومة الإلكترونية ليؤكد هذا الاتجاه. وبالنسبة إلى الكثير من المواطنين لاتزال الحكومة الإلكترونية تعني ببساطة وجود مواقع شبكية حيث يمكنهم أن يجدوا معلومات يحتاجونها. وبرغم أن هذا أمر لا غبار عليه عند هذا المستوى من الاستخدام فإن مبادرة "خدمة الموقع الواحد" من جانب الحكومة تم تطويرها لكي تيسر ثلاثة أنشطة متميزة وهي: تقديم الردود على الأسئلة، وتنفيذ الخدمات بصورة إلكترونية، ثم تنفيذ عملية التواصل التفاعلي. بل إن خدمة ويبكام المفضلة في الوقت الحقيقي ضمن خدمة الموقع الواحد يمكن اعتبارها بدورها نوعاً من تقديم المعلومات برغم أنها موجهة نحو عنصر الترفيه بحيث تجتذب المستخدمين وتتيح

التقاط الصورة في الوقت الحقيقي بما يشكل بدوره تقديم صورة قصيرة وسريعة. كما أن الظاهرة تدلل على أن المعلومات الموجهة لأغراض الترفيه بوسعها أن تجتذب اهتمام المشاركين وإن كانت المعلومات تنحو إلى أن تكون "طفيفة" و"سطحية".

وكما يوضح ديلانتي (Delanty) ففي مجتمع تسيطر عليه المعلومات تصبح إتاحة المعلومات والقدرة على التصرف وفقها واحداً من الأبعاد الرئيسية للمشاركة (2000: 130) والحكومة الإلكترونية تتيح الاطلاع على اللوائح الحكومية والأخبار الحكومية والسياسات الحكومية وأدوات التجول الإلكتروني. ومثل هذه الكميّة الهائلة من المعلومات يمكن أن تساعد على تيسير تطوير مشاركة المواطنين عند مستوى أفضل. وفي حالة تايوان فإذا ما نجحت خدمة الموقع الواحد في أن تشمل المعلومات الحكومية المباشرة فمن المرجح أن تصبح أفضل نافذة وحيدة لوصول المواطنين إلى المعلومات العامة. ومع ذلك فمن منظور المستخدمين، لم تصبح الحكومة الإلكترونية بعد مناسبة لمستوى الشفافية المطلوب باعتبار أن معظم هؤلاء المستخدمين لا يزالون يشكّون من أن المعلومات التي تقدّم لهم أصبحت قديمة العهد وقاصرة من حيث المضمون (Department of Statistics 1999, 2001, 2003) وحتى عندما يصبح الأفراد مهتمين باستخدام الخدمة المباشرة فمن الطبيعي أن يتوقعوا الحصول على معلومات كافية ومستكملة قبل أن يلجؤوا إلى الخدمة المذكورة. وإذا ما فشل المستوى الأول للمعلومات المقدمة في تلبية الاحتياجات الأساسية للمستخدمين فقد يصبح من الصعب اجتذابهم للانتفاع من الخدمات التفاعلية الأخرى للحكومة الإلكترونية.

وتعد خصائص المعلومات والاتصال أموراً مهمة بالنسبة إلى

الديمقراطية. ومن أولويات الحكومة الإلكترونية ما يتمثل في تحقيق التواصل بين الحكومة والمجتمع المدني، فضلاً عن دعوة المواطنين إلى التفاعل مع عملية صنع القرار على مستوى الحكومة. وحتى المتفائلين يتوقعون بأن تستطيع الحكومة الإلكترونية القيام بدور" النطاق العام" أو الساحة المتوسطة بين الدولة والمجتمع المدني. لكن حالة تايوان لا ترقى إلى هذا المؤشر التفاؤلي. وكما يوضح الجدولان 1.10 و2.10 فإن أقل القليل من المهام التفاعلية للحكومة الإلكترونية (مثل الحوار على الخط المباشر أو التصويت على الخط المباشر) هو ماتم استخدامه ضمن أي نطاق. وبالمثل فإن التحقيق الذي أجراه شن ولين (Chen and Lin) في سلوك المستخدمين لم يأت على ذكر "التفاعل" في الصفحات التي تم استعراضها (Chen and Lin 2002: 26-38). ورغم أن البريد الإلكتروني يعد بصورة عامة أيسر طريقة للاتصال، إلا أن من كبار المسؤولين في هيئة الحكومة الإلكترونية في تايوان مَنْ اعترف بأن الإجراء المعتاد للتعامل مع أي بريد إلكتروني يتطلب ثلاثة إلى خمسة أيام(*) وإذا ما استغرقت الهيئة المعنية هذا الوقت الطويل للرد على سؤال لمواطن فهل يبدو مرجحاً أن يكون لتعليقات المواطنين أي أثر في هذا الصدد؟ هنا لا تقدّم الحكومة الإلكترونية خدمة بوصفها قناة ذات مسارين من قنوات الاتصال الفعال ولكنها قد تعوق عزم المواطن في الاتصال مع حكومته.

ومنذ البداية عمدت الحكومة في تايوان إلى تخطيط خدمة الحكومة الإلكترونية كيما تعمل سواء بوصفها آلية لخفض تكاليف الإجراءات

(*) مقابلة مع السيد منغ شونغ لي (Ming-Chung Lee)، زميل البحوث المساعد، إدارة المعلومات الإدارية، لجنة البحوث والتطوير والتقييم، مجلس البرلمان، 15 كانون الأول/ ديسمبر 2002.

البيروقراطية أو باعتبارها أداة لنشر المعلومات. ثم استجدت الحكومة الإلكترونية كي تلبي احتياجاً أساسياً للمعلومات ولكن ذلك ليس بحد ذاته كافياً لتبرير وجود الحكومة الإلكترونية في أعين كثير من المستخدمين؛ فهي لا تلبي أكثر من مجرد حاجة مطروحة على الخط المباشر وهو ما يدعو بدوره إلى استمرار الطلب على إتاحة تواصل فعال في مجال الحكومة الإلكترونية بين المواطنين وحكومتهم. وهناك الكثير من الاستراتيجيات "التقنية" الرامية لتحسين وجود الحكومة الإلكترونية، ومن ذلك مثلاً أن بإمكان النشر الإيجابي من خلال استراتيجيات العلاقات العامة الناجحة أن يشّكل أداة قوية للبحث ويطرح معلومات جديدة مستقبلاً ويتبع إجراءات مباشرة ومباشرة لأذواق المستخدمين ومن ثم يكون عاملاً جاذباً لهم وإن ظلت المشكلة تتمثل في الحفاظ على المشاركة الفعالة من جانب المواطنين.

وبطبيعة الحال فإن مجرد صفة المواطن لا تعني ببساطة الإحاطة بكل ما يدور؛ لأن المطلب الرئيس لأي مواطن فعال يتمثل في قناة للتوصيل وكفاءة في إتاحة الاطلاع على الشؤون العامة. وبوسع الحكومة الإلكترونية أن تقوم بدور قناة للتواصل من هذا القبيل لصالح المواطنين، ولكنها لا تستطيع أن تحدد أسلوب استخدامهم لها؛ فقد يصبح المواطنون على بينة مما يجري من دون أن يعني هذا أن يصبحوا فعالين تلقائياً. وعليه، فإن تغيير مدركات مستخدمي الحكومة الإلكترونية ليس بالأمر السهل وإن كان ضرورياً في الأجل الطويل.

النتائج

سارعت الحكومة في تايوان إلى الاحتفال بفكرة الحكومة الإلكترونية فأعلنت أهداف المبادرة متمثلة في حكومة موجهة نحو خدمة العميل ومن

ثم جاء تقديم "خدمة الموقع الواحد" وبلغت حد إلزام نفسها بإتاحة منتدى أكثر انفتاحاً وأيسر منالاً وأقرب اتصالاً لصالح العميل - المواطن على صعيدها.

ومع ذلك يجنح الناس للتعامل مع شبكة الإنترنت على أنها آلة موجودة من أجل إرضاء رغباتهم الشخصية من خلال المعلومات التي تقدّمها الشبكة المذكورة. أما مستخدمو الحكومة الإلكترونية في تايوان فلا يزالون قابعين عند مستوى المعلومات حيث تتم إحاطتهم بالمعلومات من خلال تسهيلات الحكومة الإلكترونية. ويقتصر الأمر على التصحف للاطلاع على المعلومات إرضاء لفضولهم، وهو ما يمكن رؤيته على أنه أحد طرق التواصل مع الحكومة الإلكترونية. وعليه فالجمهور يبدي حماسه للحكومة الإلكترونية ولكن ضمن نطاق ضيق. والمعنى أن المواطنين محاطون علماً بحق ولكنهم لا يزالون أبعد عن أن يكونوا فعالين. ومن هنا يصبح السؤال هو: هل ينبغي للحكومة الإلكترونية أن تعمل فقط بوصفها مجرد "مكتبة على الخط المباشر"؟

إن إنشاء "خدمة الموقع الواحد" يقصد إلى تقديم حزمة من الخدمات لصالح المواطنين. وهذا الأمر يقّرب الإدارة إلى الشعب. وشأن معظم الأطراف الأخرى ممن يقدمون الخدمات، فإن حكومة تايوان تحمست لتقديم الخدمة على الخط المباشر، وكان الدافع الرئيس لذلك يتمثل في توخي المزيد من الكفاءة، وهو أمر ينعكس أيضاً في صالح الحكومة. ومع ذلك فلا يكاد يكون هناك أي تفاعل أو تواصل، اللهم إلا الاقتصار على تصفح المعلومات على نحو ما يمكن رؤيته أو الاطلاع عليه في الموقع الشبكي للحكومة. وإذا ما كان مفهوم "خدمة الموقع الواحد" هو الشكل المناظر لإحدى "مولات" التسوق تصبح القدرة على إجراء المعاملات

أمراً نافعاً بالضرورة. ومع ذلك فالقرائن تبين أن كثيراً من الخدمات المباشرة لا تلبي احتياجات المستخدمين. وهنا ينشأ السؤال: هل أن كثرة من الخدمات يعني أنها خدمات أفضل أو أن الخدمات المقدمة حالياً على الخط المباشر لا تلبي احتياجات المستخدمين؟ إن مستخدمي الحكومة الإلكترونية يمكن أن يشعروا دائماً بالرضا إزاء وجود السوق عبر الخط المباشر حيث يتصفحون المعلومات على نحو ما يفعلون مع المواقع الشبكية الأخرى من دون أن يعنيهم ما إذا كان هناك خدمات أخرى متاحة على الخط المباشر، وقد لا يشعرون أن الأمر ينطوي على مزيد من الكفاءة والتيسير بفضل استخدام الحكومة الإلكترونية على نحو ما تتوقعه بكل تفاؤل السلطة الحكومية.

إن الحكومة الإلكترونية باعتبارها طرفاً يقدم المعلومات أو آلية لتقديم الخدمة في موقع واحد إنما تعكس جزءاً واحداً فقط من التوقعات المبررة التي تحدو مستخدميها كما تنطلق منها السلطة الحاكمة. وبدلاً من هذا فلابد أن تصبح الحكومة الإلكترونية ساحة للتواصل من اتجاهين أي بين الحكومات والمواطنين باعتبار أنها تتيح الفرصة لمزيد من الحوار التفاعلي والفعال، فضلاً عن التشاور وطرح ردود الأفعال بشأن الخطاب السياسي العام وهذا ملمح لا تستطيع تقديمه سوى الحكومة الإلكترونية بمعنى نظام سياسي افتراضي يسهم في تحقيق الديمقراطية. ومع ذلك فهذا الجانب يبدو وكأنه يلقى الإهمال من جانب الحكومة، كما أن المواطنين لم يصّروا على المطالبة به. وبطبيعة الحال فإن لديهم تصوراتهم للحكومة الإلكترونية. وفي الواقع فإن هذا النمط من الحكومة يستخدمه الفرقاء بصورة غالبة للحصول على المعلومات بينما يتم استخدامه بالنسبة إلى السلطة لتعميم المعلومات وإدارة الخدمات الحكومية. وعلى ذلك فإن

توسع المشاركة الديمقراطية لم يحدث حتى الآن. والحلقة المفقودة هي الاتصال التفاعلي. ومن هنا فالحاصل أن الحكومة الإلكترونية في تايوان عملت على تجسير الهوة الفاصلة بين المواطنين والحكومة لكن بقدر محدود.

وبرغم أن كثيراً من الديمقراطيات الجديدة اعتمدت شبكة الإنترنت للتواصل مع عملائها – مواطنيها إلا أن هذا لم يضمن أن تتواكب عملية التحوّل الديمقراطي مع شبكة الإنترنت على شكل كيان سياسي افتراضي. ومع ذلك فإن كفاءة الخدمات المعززة للحكومة تقرّب الإدارة من المواطنين بينما الاتصال التفاعلي على النطاق العام يجعل المواطنين أقرب إلى عملية التحوّل الديمقراطي. ولاشك أن الإنترنت لها أثرها الذي يتجسد في الخدمات الحكومية المقدمة ولكنها لم تجلب حتى الآن تغييراً أساسياً في عملية صنع القرار بين الحكومة والمواطنين، بينما لا يزال بالإمكان تحسين الحكومة الإلكترونية كيفاً وكمّاً بفضل التطوّرات التي صاحبت أحدث تكنولوجيا في هذا المجال وبرغم أن مستوى الاستخدام لن يؤدي تلقائياً إلى التغيير بالنسبة إلى الاستجابة إزاء التكنولوجيات الأحدث "في مجال الاتصال". ولا يبدو أن الحكومة الإلكترونية أحدثت أي أثر في ترسيخ الديمقراطية ومن ثم فإن إمكانياتها تعتمد على حدوث تغيير في الموقف إزاء استخدامها سواء من جانب الحكومة أو من جانب المواطنين. وعلى ذلك فالتحدي في هذا المجال لا يتصل بشكل المشاركة الذي ينبغي تغييره ولكن يتصل أكثر بكيفيّة تعزيز القيم الديمقراطية من خلال استكشاف الطرق الجديدة للتواصل بين الحكومة ومواطنيها.

اعتراف بالجميل

أنا ممتن للبروفيسور ستيف فولّر (Steve Fuller) على تعليقاته الثاقبة على الصيغ الأولى من هذه الورقة.

المراجع

ACI-FIND, Institute for Information Industry (2001) *The Year Book of the Internet Development and Application at 2001 in Taiwan,* Taipei: ACI-FIND, Ministry of Economy.

-----(2002) *The Year Book of the Internet Development and Application at 2002 in Taiwan,* Taipei: ACI-FIND, Ministry of Economy.

Center for Public Policy, Brown University (2002) *Global E-Government Report, 2002,* Providence, RI: Center for Public Policy, Brown University. Online. Available

HTTP: <http:/ /www.insidepolitics.org/yegovt02int. html> (accessed 7 February 2003) .

-----(2003) *Global E-Government Report, 2003,* Providence, RI: Center for Public Policy, Brown University. Online. Available HTTP: <http:/ /www.insidepolitics. org/ egovt03int.html> (accessed 14 February 2004) .

Chadwick, A. (2003) "Bringing e-democracy back in. Why it matters for future research on e-governance", *Social Science Computer Review,* 21 (4):443-55.

Chadwick, A. and May, C. (2003) "Interaction between states and citizens in the age of the Internet. "E-government"

in the United States, Britain, and the European Union", *Governance,* 16(2) : 271-300.

Chen, H. and Lin, M.-t. (2002) "The analysis of users" behaviour to e-government entry-point in Taiwan", *Journal of Library and Information Science,* 28(2) : 26-38.

Chu, Y.-h. (2001) "Democratic consolidation in the post-KMT era. The challenge of governance", in M. Alagappa (ed.) *Taiwan's Presidential Politics. Democratization and Cross-strait Relations in the Twenty-First Century,* Aromnk, NY: Sharpe.

Chu, Y.-h., Diamond, L. and Shin, D. C. (2001) "How people view democracy. Halting progress in Korea and Taiwan,"*Journal of Democracy,* 12(1) : 122-36.

Cyberspace Policy Research Group (1998) *Website Attribute Evaluation System.* Online. Available HTTP: <http://www.cyprg.arizona.edu/ waes.html> (accessed 15 February 2004) .

Danziger, J. N., Dutton, W. H., Kling, R. and Kraemer, K. L. (1982) *Computers and Politics. High Technology in American Local Governments,* New York: Columbia University Press.

Delanty, G. (2000) *Citizenship in the Global Age. Society, Culture, Politics,* Buckingham: Open University Press.

Department of Statistics (1999, 2001, 2003) *A Survey of Internet Use amongst the Taiwanese Population,* Taipei: Ministry of Transportation.

Diamond, L. and Plattner, M. F. (1997) "Introduction", in L. Diamond, M. F. Plattner, Y.-h. Chu and H.-m. Tien (eds) *Consolidating the Third Wave Democracies. Themes and Perspectives,* Baltimore, MD: The John Hopkins University Press.

Faulks, K. (2000) *Citizenship,* London: Routledge.

Fountain, J. E. (2001) *Building the Virtual State. Information Technology and Institutional Change,* Washington, DC: Brookings Institution.

-----(2003) "Electronic government and electronic civics", in B. Wellman (ed.) *Encyclopedia of Community,* Great Barrington, MA: Berkshire.

Frederickson, H. G. (1996) *The Spirit of Public Administration,* San Francisco, CA: Jossey-Bass.

Hu, Y.-z. (2001) *A Study of Participation in Public*

Affairs amongst Taiwanese Internet Users. Research Report, Taipei: Research, Development, and Evaluation Commission, Executive Yuan.

Horrocks, I. and Bellamy, C. (1997) "Telematics and community governance. Issues for policy and practice", *International Journal of Public Sector Management,* 10(5) :377-87.

Lax, S. (2001) "Information, education and inequality. Is new technology the solution?" in S. Lax, (ed.) *Access Denied in the Information Age,* Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Lee, M.-Y. (2003) "Information age governing in Taiwan. Evaluating the presence of electronic government in Taiwan", Paper presented at the 53rd Annual conference of the Political Studies Association, University of Leicester, UK, 15-17 April 2003.

Lenihan, D. G. (2002) *E-government, Federalism and Democracy. The New Governance,* Ottawa: Centre for Collaborative Government.

Lyon, D. (1994) *Electronic Eye. The Rise of Surveillance Society,* Cambridge: Polity Press.

Morison, J. and Newman, D. (2001) "Online citizenship.

Consultation and participation in New Labour's Britain and beyond', *International Review of Law, Computers and Technology,* 15(2) : 171-94.

National Information and Communications Initiative Committee, Executive Yuan (2001) "The Action Plan of National Information and Communications Development". Online. Available HTTP: <http:/ /www.nici.nat.gov.tw/ content/application/nici/ faq/ guest-en t-browse. ph p? (nt_ id= 134> (accessed 16 August 2005).

National Information Infrastructure Unit, Executive Yuan (1997) *The Action Plan of the National Information Infrastructure in Taiwan.* Online. Available HTTP: <http:/ / www.ey.gov.tw/planning-old/pz871022-l.htm> (accessed 15 August 2005) .

Norris, P. (2001) *Digital Divide. Civic Engagement, Information Poverty and the Internet Worldwide,* Cambridge: Cambridge University Press.

Organization for Economic Co-operation and Development (2003) *The E-Government Imperative,* Paris: OECD.

Pollitt, C. (2003) "Joined-up government. A survey", *Political Studies Review,* 1: 34-49.

Rabb, C. (1997) "Privacy, democracy, information ", in B. Loader (ed.) *The Governance of Cyberspace,* London: Routledge.

Rabb, C., Bellamy, C., Taylor,J., Dutton, W. H. and Peltu, M. (1996) "The information polity. Electronic democracy, privacy, and surveillance", in W. H. Dutton and M. Peltu (eds), *Information and Communication Technologies. Visions and Realities,* Oxford: Oxford University Press.

Rawnsley, G. (2004) "Treading a fine line. Democratisation and the media in Taiwan", *Parliament Affairs,* 57 (1): 209-22.

Research, Development and Evaluation Commission, Executive Yuan (2001) *The Action Plan of the E-government. 2001-2004,* Taipei: Executive Yuan.

-----(2002) *My E-government. The Booklet of the E-government Portal in Taiwan,* Taipei: Executive Yuan.

-----(2003a) *A Survey of People's Satisfaction with Public Service - March Version,* Taipei: Executive Yuan. Online. Available HTTP: <http:/ /www.rdec.gov.tw/ home/ survey.htm> (accessed 15 December 2003) .

-----(2003b) *A Survey of People's Satisfaction with*

Public Services -September Version, Taipei: Executive Yuan. Online. Available HTTP: <http:/ /www.rdec.gov.tw/ home/ survey.htm> (accessed 15 December 2003) .

United Nations Online Network in Public Administration and Finance (2003) *Global Survey of E-Government,* New York: UNPAN. Online. Available HTTP: <http:/ /www. unpan.org/ egovernment2.asp> (accessed 20 January 2003) .

Wang, S.-f. (2000) *An Analysis of Structure amongst Taiwanese Internet Users and Their Motivation. Research Report,* Taipei: Research, Development, and Evaluation Commission, Executive Yuan.

World Markets Research Centre (2001) *Global E-government Survey,* London WMRC. Online. Available at www.worldmarketsanalysis.com (accessed 10 January 2003) .

القسم الثالث

استجابات جماهير المتلقين إزاء الرسائل السياسية

التفسيرات والآثار

الفصل الحادي عشر

هل"الثقة" تعني الاهتمام والفهم والقبول؟
(تناقضات تعامل المشاهدين الروس مع الأخبار)

إيلين ميكيفتس

يمثل تشكيل المؤسسات الإعلامية وصياغة الرسائل التي تنتجها تلك المؤسسات، فضلاً عن الدرجات المتباينة من الاعتماد على السلطة السياسية ومهارة ترويج السياسات، أموراً يزداد فهمها باستمرار على أساس أهميتها المحورية بالنسبة إلى أداء الكيانات السياسية الديمقراطية. وبرغم أن التكنولوجيات أدت بصورة مثيرة إلى توسيع نطاق المعلومات والتفاعل إزاءها إلا أن معظم الناس لا يزالون يعتمدون بصورة ملموسة على المعلومات التي يتم بثها من خلال الميديا الإعلامية: تجاربهم الشخصية وملاحظاتهم محدودة، ومع ذلك، وبغير التحقق والتعمق في كيفيّة استقبال الرسائل الإعلامية، وما يخلص إليه مستقبلو ومستهلكو المعلومات والأخبار، إلا أن من المستحيل البتّ فيما إذا كان قد تمت تلبية بعض الافتراضات من جانب أولئك الذين يسيطرون على الرسالة الإعلامية: إنها مسألة الأطر التي يتم فيها البث وهو ما يطرح السؤال: هل ثمة اتفاق بين الإطار القائم بالبث والمُشاهد لهذا البث؟

تلك مسألة ذات أهمية كبرى بالنسبة إلى قيادة سياسية ترى أن من الأهمية السيطرة على التلفزيون باعتبار ذلك مقترناً بالسيطرة على الإطار الذي يتلقى فيه المشاهد الرسالة المتلفزة. ولأسباب اقتصادية أساساً كان ثمة اعتماد متزايد على الوسائل الإعلامية في بث الأخبار والمعلومات بين الروس عبر جميع الحقب الزمنية، فضلاً عن أن هذا الاعتماد كان ينصبّ في الغالب الأعمّ على بث المعلومات بواسطة قلة من الشبكات التي تعمل وتتخذ مقرها في موسكو. أما المحطات الإقليمية فيتم التعامل معها أساساً لأسباب أخرى. وفي أوقات الانتخابات بالذات، لم يستطع الهيكل الهشّ لسوق الإعلام أن يصمد أمام الضغوط البالغة الشدة التي كانت تمارسها القيادات السياسية، المصمِّمة دائماً على أن تضمن تحقيق النتائج المفضلة لديها. وبرغم أن نتائج البحوث التي تعقب ذلك تعمد إلى التركيز على الأوقات العادية بمعنى الفترة التي لا تشهد أي انتخابات وطنية إلا أن هناك آثاراً واضحة تدعو للتفكير بشأن التلفزيون والانتخابات.

إن قيادة موسكو تستمد كثيراً من ثقتها في نجاح نقل الإطار المفضل لديها من واقع قراءتها للاستقصاءات التي تتم على نطاق واسع وبصورة متواترة وتطبق على جماهير المشاهدين. ومع ذلك فهذه الثقة يمكن أن تخطئ مسارها وتتحرك بدلاً من ذلك إلى حيث استكشاف تصوّر المُشاهد المتلقي للرسالة التي تبعث بها الدولة من خلال الخطاب السائد ضمن نسق اجتماعي بعينه وباعتبار أن الأخبار يتم تجهيزها في الغالب الأرجح بهذا الأسلوب (Graber 2001; Tetlock 2000). كما إن عملية تشكيل معنى الرسالة تنطوي جزئياً على إنتاج الرسالة فيما تنطوي في جزئها الآخر على استقبال الرسالة. والأمر الآخر يظل أكثر تبايناً بوضوح باعتبار أنه يتم استقاؤه من واقع التجارب الكثيرة والقيم المختلفة والحالة الذهنية السائدة بقدر تعدد

مستقبلي الرسالة الإعلامية. ومن هنا فالسؤال يتعلق بأفضل سبل التوصل إلى بناء معنى الرسالة من جانب مشاهدي التلفزيون. وهذا الاستقصاء الجماهيري ينطوي على مزايا واضحة وفي مقدمتها مدى اتسامه بتمثيل العيّنة المفحوصة ومدى تعميمه للنتائج المتحصلة. ومع ذلك، وعلى نحو ما تراه دوريس غرابر (Doris Graber) بالنسبة إلى الاستقصاءات الجماهيرية:

ففي حالة المقابلة العادية حيث تسود الأسئلة ذات النهايات المغلقة، لا يسترشد الناس في عملية التفكير إلا بعدد محدود من الاتجاهات، حيث تكون المفاتيح القليلة للتفكير هي المتاحة لمساعدة الذاكرة ومن ثم فهي لا تعين من قريب أو بعيد هياكل التذكر لدى الأفراد المستجيبين للاستقصاء... أما في النهج الأكثر انفتاحاً فقد تكون هي الحل لأنها تشجع هؤلاء المستجيبين على التفكير بشأن القضايا المطروحة من منظورات متعددة، وهو ما قد يفتح الباب لتفعيل الذاكرة الملائمة... وهذا الحوار يخلق مفاتيح بديلة لكل فرد في المجموعة المفحوصة لكي يمعن التفكير بشأن ما لديه من تجارب ذات صلة. وهنا قد تطفو الآراء على السطح بفضل تلك المفاتيح الإضافية التي لها فائدتها كذلك في صياغة الآراء الجديدة بشأن الموقف المطلوب.

(Graber 2001: 50-1)

أما مبرر استخدام الجماعات الضابطة في عملية الإحصاء في حالات مثل هذه فيصفه وليام غامسون (William Gamson) بدقة حين يخلص من واقع موجز ديفيد مورغان (David Morgan) إلى أن الجماعات الضابطة في الإحصاء "مفيدة عندما يتعلق الأمر بالتحقيق فيما يفكر فيه المشاركون في الاستقصاء ولكنها تصبح أفضل بكثير بالنسبة إلى الكشف عن لماذا يفكر المشاركون بهذه الطريقة" (Gamson 1992: 192).

بيد أن بعض الاستقصاءات الكبيرة تنطوي بالحتم على مشاكل عديدة، وعلى سبيل المثال فإن الحديث الذاتي عن التعرض لوسيلة الإعلام يمكن أن يفتقر إلى الموثوقية لأن هناك تراجع التذكر أو تبدل الذاكرة بسبب الأحداث اللاحقة. وعلى سبيل المثال فإن استدعاء لحظة التعرض للمادة السياسية الحزبية يجنح إلى الارتباط بتأييد للمرشح (Bartels 1993) وفي أية حال فإن التعرض للوسيلة الإعلامية، حتى إذا ما أمكن قياسه بصورة موثوقة، لا يمكن مساواته باستقبال رسالة الوسيلة. وهناك جانب آخر من تقديرات المستجيبين في الاستقصاءات إزاء ما يؤثر عليهم. وهذا أمر يتطلب مستوى من تحليل جانب الوعي وجانب اللاوعي، وهو أمر من المتعذر إتاحته بالنسبة إلى معظم الأفراد. والجماعات الضابطة في عملية الإحصاء، وهي الطريقة البديلة التي استخدمها هنا، مفيدة بالذات في تحليل تصوّر المشاهدين لمعنى الرسائل السياسية، في حين أن البيئة الاجتماعية هي الأقرب في عملية الحوار على مستوى الحياة الواقعية بأكثر من جلسة تجمع بين الباحث والفرد المستجيب حيث الباحث يسأل سؤالاً مباشراً بكل معنى.

الدراسة الوارد الحديث عنها في هذا المجال قد صممت لتناول الأسئلة التالية: استناداً إلى الخطاب السائد بين المشاهدين العاديين من الروس الذين يشاهدون قصة نمطية مما تصفه البحوث الاستقصائية بأنه أكثر البرامج الإخبارية موثوقية (برنامج Pervyi Kanal الذي تسيطر عليه الدولة في القناة الأولى)، وكيف يتم تجهيز الأخبار، وما هي الأطر التي تنشأ من هذا الخطاب الإعلامي، وكيف يساعدنا على تفسير ما نعنيه عندما يتم تأطير الأخبار باعتبار ما تفضل الدولة وصفه في نظر المستجيبين للاستقصاء بأنها أخبار موثوقة؟ إن توضيح هذا السؤال من شأنه أن يدفع

بنا إلى استخدام عنصر "الثقة في القناة الأولى" باعتبار ذلك متغيراً مستقلاً في إطار تشكيلة متنوعة من الدراسات غربية كانت أو روسية، والأدوات التي يستخدمها الروس لفهم الأخبار التي يتلقونها مكيفة مع الظروف الخاصة السائدة، وهذا أمر حقيقي، فضلاً عن كونه يشكل بالتأكيد أمراً يمكن الركون إليه عندما يسود الغموض بالنسبة إلى أهمية الأخبار وموثوقيتها وعندما يكون المعيار السائد هو الدعوة التي تفتقر إلى سبل للتفاعل معها.

كذلك فإن الممارسات الصحفية المعاصرة تضيف إلى العبء الذي يتحمل به المشاهد حين يستخدم رصيده أو تستخدم رصيدها من الزمن من أجل الإبحار في خضم القصة الإخبارية المعروضة. وبعض القصص الإخبارية ما هي إلا واحدة من نتائج المصالح التجارية أو السياسية، وهي مقصود بها أن يتم زرعها أو زرع غيرها سواء بواسطة المحطة أو بواسطة الصحفي أو المصور بشكل مرحلي: الروس يصفون هذه الممارسة بأنها صادرة بناء على (أمر أو تكليف مادي) وأحياناً فإن بعض السمات الخاصة لمثل هذه القصص الإخبارية تدفع المشاهدين إلى فهم أنهم يصادفون قضايا مأموراً بها أو مكلفاً بعرضها على نحو ما سوف يتم بيانه لدى مناقشة القصص الإيجابية. ومع ذلك فلأن الأسلوب مازال سائداً على هذا النحو، والبلد يستند إلى تاريخ طويل من استخدام ميديا الإعلام لأغراض الدعاية، فإن المُشاهد في المرحلة ما بعد السوفياتية يظل مزوداً على نحو فريد بقدرة تقييم هذا الأمر، والمشاهدون يتوقعون مشاركات تجارية وحكومية في صياغة الأخبار، وهم يعتقدون أن مسؤولية المُشاهد تتمثل في استخراج المعنى من الأخبار وتصحيح تحيزاتها، كما أن تعدد المصادر وإمكانية المقارنة في ضوء التجارب والملاحظات التي يدلي بها الأصدقاء

والأقارب ممن يعايشون المشهد المعروض: يضع العبء على عاتق المشاهد حين ينفق وقتاً وطاقة من أجل فرز الحقيقة بين ثنايا العروض الإخبارية المختلفة (Mickiecwicz 1999) .

على أنه بالإمكان استخلاص جزء من الحقيقة من ثنايا أي قصة، ولكن الأمر يحتاج إلى استكمالها، وهذا ما يفعله المشاهدون عندما يطرحون أمثلة أو تجارب من جانبهم لكي يكسوا بها أي قصة يعرفون أنها مزروعة. ولهذا فهم يخلُصون باستمرار على نحو ما قال به أندريه (Andrei) وهو جراح أعصاب ناشئ في مدينة نيجني نوفغورود (Nizhny Novgorod): أعتقد أن هذه القصة معروضة بناء على تكليف مادي. هي موضوعية ولكنها مموّلة كذلك فهناك مكسيم (Maxim) وهو محاسب يبلغ من العمر 53 سنة في موسكو ويجد أن القصة حقيقية نعم، ولكنها أيضاً معروضة بناء على تمويل. ومع الاعتماد الشديد على الخيارات المحدودة بالنسبة إلى الأخبار المعروضة على التلفزيون الوطني فإن المشاهدين يستخلصون المعلومات المفيدة من واقع مصادر متحيزة بوضوح وقد استطاعوا أن يطّوعوا الأدوات ويطوروا استراتيجيات تحليلية يستخدمونها في هذا الشأن.

أما نتائج البحث المعروضة فيما يلي فهي مستقاة من مشروع كبير يتألف من أجزاء متعددة. وهذا الفصل يتناول ما يعنيه مشاهدو التلفزيون الروسي عندما يقولون أنهم يثقون بقصة إخبارية أو يصدقونها بعد أن عرضت من خلال أكثر النشرات الإخبارية مشاهدة في البلاد، إضافة إلى درجة تصوير هؤلاء المشاهدين لمدى الثقة التي يضمرونها ومدى اتصالها بمعايير الإقناع. والقناة الأولى التي كانت في السابق تسمى التلفزيون الروسي العمومي ظلت تتمتع باستمرار بأعلى درجات مقبولية الأخبار

في روسيا. ويرجع ذلك جزئياً إلى أنها ورثت قناة ڤرميا (Vremya) الزمن وكانت هي البرنامج الإخباري السوڤياتي المهم الذي كان يذاع في التاسعة مساء ويتفوق على كل ما تذيعه أي قناة أخرى. كما أن المحطة تتمتع بأفضل هياكل تكنولوجية أساسية تتيح لها إمكانية النفاذ الكامل في البث. وفي ضوء مركزية هذه المحطة من حيث النطاق الذي تذيع فيه برامجها وكذلك عنصر المقبولية إلى جانب البحوث التي تمت فيما يتصل بتأثير أخبارها، فإن هذا الفصل سوف ينظر في أمر استجابات المشاهدين إزاء قصة إخبارية تمثل نمطاً من أنماط قصص النجاح التي يقدمها التلفزيون تأييداً للحكومة.

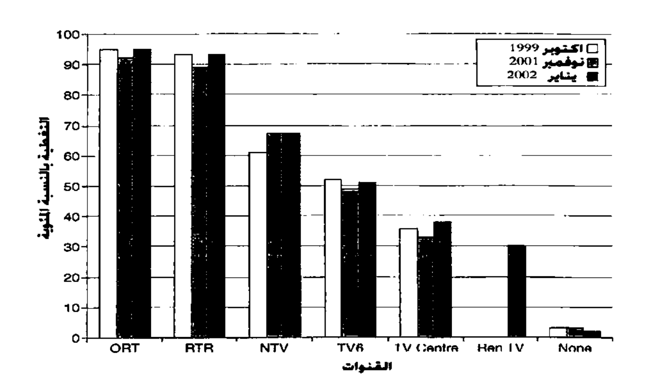
البيانات مستقاة من 16 مجموعة إحصائية ضابطة وتغطي ما مجموعه 158 من المشاركين في أربع مدن (فولغوغراد، روستوف، نيجني نوفغورود وموسكو) في شهر كانون الثاني/ يناير 2002. والجماعات الضابطة تمت إدارتها خلال فترة مختارة بسبب طابعها العادي نسبياً بمعنى أن الحملات الانتخابية الوطنية لم تكن جارية ولا كانت على وشك الابتداء.

وقد تم اختيار المدن على أساس التنوع في الطابع السياسي وحجم أسواق الإعلام، ولكنها تعكس أوضاعاً من التماثل الجغرافي كافية لاستبعاد الفروقات الخارجية الكبيرة (خصائص المدن الأربع مستقاة من التقرير الإقليمي الروسي لعام 2000 وهي واردة أدناه). على أن ثمة فرقاً كبيراً بالنسبة إلى مجالات الشمول إضافة إلى حزمة كبيرة وجامعة بما يكفي للحصول على قدر ثري للغاية من المحادثات. وكما يعبر ألان وولف (Alan Wolfe) في وصف الطرائق التي يتبعها: لم أتعهد بعيّنة وطنية تمثيلية ولكن أعتقد أن من المهم التأكيد على أن هذه ليست واحدة من تلك الدراسات التي تبادر إلى التعميم من واقع حي واحد أو شركة أو أسرة بمفردها،

بحيث يصدق ذلك على البلد ككل (1998 : 34) وينبغي ملاحظة أنه برغم أن الشبكات المتلفزة التي تتخذ مقارها في موسكو قد وصُفت بأنها وطنية إلا أن درجات اختراقها تتسم بالتباين الشديد. ويوضح الشكل 1.11 الدرجة التي يمكن بها تلّقى إشارات المحطات المختلفة في روسيا وقت إجراء هذه الدراسة.

إن منطقة فولغوغراد تتاخم حدود كازاخستان، وهي على مسافة 300 ميل تقريباً من شيشينيا، وتعاني من اقتصاد راكد وقطاع خاص ضعيف، وكانت تقليدياً تشكل جزء من "الحزام الأحمر" لروسيا الذي بلغ من قوته من حيث الولاء أن تسمى "ربطة الحزام". ومن حيث تعددية الميديا واستقلاليتها التحريرية فإن المدينة المذكورة تأتي في أدنى المراتب بين المدن الأربع فيما تأتي كثافتها الإعلامية منخفضة للغاية.

ومدينة روستوف الواقعة على نهر الدون هي عاصمة الإقليم الاتحادي الجنوبي وهو من الوحدات الإدارية السبع التي استحدثها الرئيس بوتين بالنسبة إلى الاتحاد الروسي. وهناك فلاديمير شوب (Vladimir Chub)، الحاكم المخضرم الذي يشّجع الاستثمارات ويستند إلى تأييد من جانب الحزب الموالي لبوتين وقد أعيد انتخابه في خريف عام 2001 بنسبة 78 في المئة من مجموع الأصوات. أما أقوى منافسيه وهو من زعماء الحزب الشيوعي فقد أزيح من حلبة المنافسة تحت شبهة أنه قدم عدداً كبيراً للغاية من التوقيعات غير الصحيحة، وتم ذلك ضمن كثافة إعلامية واسعة النطاق وخاصة في الراديو والتلفزيون، فضلاً عن جهود الحكومة للسيطرة على الإعلام التي كثيراً ما قوبلت بمقاومة من جانب القطاع الخاص.



الشكل 1.11 تغطية القنوات التلفزيونية عبر الاتحاد الروسي في تشرين الأول/ أكتوبر 1999 وتشرين الثاني/ نوفمبر 2001 وكانون الثاني/ يناير 2002

المصدر: مؤسسة الرأي العام، موسكو (Public Opinion Foundation, Moscow).

مدينة نيجني نوفغورود (منطقة نوفغورود الدنيا) تقع على مسافة 250 ميلاً شرقي موسكو، وكانت تعرف باسم غوركي في المرحلة السوفياتية. وفي هذه المدينة نفوا أندريه ساخاروف حتى سمح له ميخائيل غورباتشوف بالعودة إلى موسكو. وحتى عام 1991 كانت "مدينة مغلقة" بمعنى أنها كانت مركزاً وطيداً من مراكز صناعات الدفاع، وهي الآن عاصمة مقاطعة فولغا الاتحادية. ثم جاءت الإصلاحات التي تمت على أساس السوق وقام بها الحاكم الأول بوريس نمتسوف (Boris Nemtsov) لتصبح خطاها أبطأ بصورة جلية في ظل مَن خلفوه في هذا المنصب ومن ثم انخفضت الاستثمارات الأجنبية انخفاضاً حاداً، في حين أن السوق الإعلامية مازالت واسعة بصورة نسبية، حيث إن القطاع الخاص يعمل

في مجال الميديا الإلكترونية رغم محاولات الحكومة التدخل في هذا الميدان.

أما موسكو فهي إلى حد كبير أكثر المناطق تعليماً بين المناطق الأربع: بحلول عام 1994 كانت تضم 299 من الحاصلين على تعليم جامعي من بين كل ألف من السكان (منطقة روستوف كانت تضم 161، وفولغوغراد كان تضم 142 أما نيجني نوفغورود فكان نصيبها 137). وعليه أصبح بوسع سكان موسكو التواصل مع عدد كبير للغاية من محطات التلفزيون سواء على الهواء أو بواسطة الكابل أو من خلال القمر الاصطناعي. وبهذا فهي تفوق من ناحية الحجم أياً من المدن الثلاث الأخرى. وفي وقت استخدام الجماعات البحثية الضابطة كانت فولغوغراد تضم أضيق نطاق بالنسبة إلى الخيارات التلفزيونية غير التابعة للدولة في المدن خارج موسكو (اثنان) أما نيجني نوفغورود فكان نصيبها ثمانية في حين كانت السبعة من نصيب روستوف(*).

تقع جميع المدن فيما عدا موسكو ضمن منطقة واسعة وحاشدة بالسكان (يسكنها ما يصل إلى 37 في المئة من سكان روسيا) في إقليمي فولغا والقطاعات الاتحادية الجنوبية، ومن ثم تقل الاختلافات الضخمة التي يمكن أن تنجم عن الشرائح الأكثر اختلافاً من السكان. أما الجماعات الضابطة فكانت متباينة من حيث التعليم الجامعي والثانوي، وهو نمط يتضح من الدراسات النموذجية من أجل تعزيز عنصر المشاركة ويلاحظ ضعف الفئات ذات التعليم الجامعي بما يعكس موقعها المحوري في الحاضر والمستقبل بالنسبة إلى التطوّر السياسي والاقتصادي في روسيا. وقبل إجراء المناقشات قام المشاركون بملء استبيان موجز يغطي

(*) أدرجت القنوات التي تذيع بصورة كاملة على قناة أو في وقت مشترك مع قناة أخرى ولها جمهور واسع لدرجة أن تحصل على تصنيف معقول، بوصفها قنوات تجارية.

الاستخدام الاجتماعي- الديموغرافي فضلاً عن الاستخدام الإعلامي لعنصر المعلومات فضلاً عن جانب المعارف السياسية والعقيدة السياسية.

ومن أجل التصدي لقضية العلاقة بين الأجيال، يثور السؤال عما إذا كانت عملية معالجة المعلومات التي تنتمي إلى الحقبة السوفياتية قد اختفت أنماطها أو تغيرت أو مازالت متبعة؟ كانت كل جماعة ضابطة في كل مدينة مقيدة حسب المشاركين الذين يمكن تسميتهم بأنهم "ما بعد الحقبة السوفياتية" بمعنى الذين كانوا في سن من الشباب لدرجة ألا يتابعوا الأخبار ذات الطابع السوفياتي البحت ما قبل جورباتشوف. كانت العينة من المشاركين ما بعد السوفييت مولودة في عام 1980 بينما الأسلوب السوفياتي القديم المتبع في التلفزيون قد تغير بحلول عام 1986. وفي حالة وجود اختلافات فنحن لا نعرف ما إذا كانت تتصل بالشباب كمرحلة عمرية أو ترتبط بأمر أكثر دواماً: وهذه مسألة أساسية باعتبار أن الشباب كانوا مدرجين أيضاً ضمن المجموعات الأخرى.

ومن أجل الحد من تباين السياق فقد عُهد إلى اختصاصيّ محنك من مؤسسة الرأي العام (وهي منظمة روسية لإجراء الاستقصاءات(*) وتتخذ مقرها في موسكو بإدارة المجموعات ذات الصلة).

الروس يشاهدون الأخبار على القناة الأولى

إن المناقشات المتعمقة التي تصوّر التلفزيون في عبارات مجردة يمكن أن تختلف اختلافاً بيناً من واقع مناقشات استجابات المشاهدين لقصة خبرية كانوا قد اطلعوا عليها لتوّهم. وقد اخترت الأسلوب الآخر في هذا السياق فخلال الجلسات التي عقدتها الجماعات الضابطة تم عرض

(*) مزيد من مناقشة الطرائق المستخدمة انظر التذييل.

قصص إخبارية متنوعة من دون أن يظهر شعار المحطة كما لم تظهر صور المذيعين أو غيرهم من مشاهير الإعلاميين العاملين في القناة.

وهنا، فأنا أقوم بتحليل الخطاب المتصل بالقصة الإخبارية على القناة الأولى التي كانت القصة الأولى التي شاهدتها الجماعات الضابطة. وطبقاً لتقرير منشور في فيدوموستي (*Vedomosti*) الأخبار في أيلول/ سبتمبر 2003 فقد كانت القناة الأولى هي أكثر القنوات التلفزيونية موثوقية على نحو ماتم قياسة بواسطة استقصاء للرأي العام أجرته وكالة روسية شهيرة(*) (Johnson's List 11 September 2003).

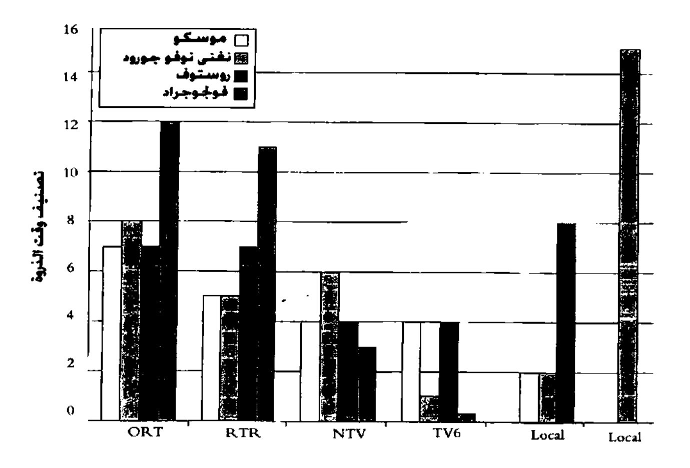
وتم اختيار قصة إخبارية تدل دلالة بالغة الوضوح على البرامج الإخبارية في القناة؛ في واقع الأمر لم يكن لدى الكثير من المشاهدين أي تردد في تحديد القناة لأنهم يتصورون أنها نمطية للغاية، وكانت القصة تتعلق بافتتاح خط ضخم للأنابيب من أجل أن ينقل النفط من حقول نفط تنغيز (Tengiz Oilfields) في كازاخستان إلى ميناء نوفوروسيسك (Novorossisk) الروسي، ومن ثم للمشترين خارج الحدود. فلماذا هذه القصة؟ **أولاً** إن قصصاً من هذا القبيل بشأن الإنجاز الاقتصادي تبدو شائعة للغاية في التلفزيون حيث لا يقتصر الأمر على التلفزيون من حيث تأييد سياسة الحكومة وتلك قصة كبيرة تذاع في جميع البرامج الإخبارية **ثانياً** في ضوء ضآلة الاختيار المتاح للمشاهدين، وسواء كانوا يرغبون

(*) التأثير المحتمل للصحف، وهي أكثر وأهم جميع وسائل الإعلام المحترمة تاريخياً أصبح الآن أكثر محدودية في روسيا. كما أن السوق والانهيار الاقتصادي أطاحا بالركائز التي تقوم عليها صناعة الصحافة فقد انتهت بصورة عامة مبالغ دعم الصحف ومن ثم انخفضت كثيراً أرقام التوزيع بينما يحتمل ألا تكون موسكو سوقاً ناشطة للصحف رغم أنها حافلة بمنشورات من جميع الأنواع إلا أن الصورة على الصعيد الوطني أقل إيجابية بكثير (Mickiewicz 2001) .

في ذلك أو يعزفون عنه، فإن هذه هي القصص التي يصادفونها بصورة متكررة. وأخيراً، وهذا هو الأهم فهذه النوعية من القصص تشكل مثلاً أساسياً على الافتراضات التي ينطلق منها مذيعو الدولة أمام جمهورهم: إنهم سوف يرحبون ويستوعبون الرسالة التي تأتي على أساس نشاط تبادلي.

ويعرض الشكل 2.11 النمط (محسوباً على أساس متوسط ترتيب أيام الأسبوع) بالنسبة إلى البرامج الإخبارية المتاحة في جميع المدن الأربع. وفي جميع الحالات تعرض القناة الأولى وكذلك راديو وتلفزيون روسيا وهما اللذان تسيطر عليهما الحكومة أهم البرامج الإخبارية التي تحوز أعلى المشاهدة فيما تأتي في المقدمة القناة الأولى وخاصة في فولغوغراد حيث الخيار محدود أكثر من أي مكان آخر. وهناك نسبة 80 في المئة من المشاهدين الذين تتاح لهم هذه الأخبار على الأقل ما بين ثلاث إلى أربع مرات في الأسبوع (50 في المئة يفعلون ذلك يومياً). وعند سؤالهم بشأن الأخبار التي تتصل بالشيشان ورئيس روسيا فإن أكثر من 80 في المئة ذكروا أنهم يعتمدون فقط على الشبكات التي تتخذ مقرها في موسكو. وعند الطلب إليهم أن يدلوا بمصادر الأنباء التي يركنون إليها وهي يمكن أن تكون متعددة فإن الأغلبية الساحقة ذكرت القناة الأولى - تلفزيون وراديو روسيا وبعد ذلك جاءت قنوات أخرى في مرتبة بعيدة ثالثة ورابعة. وهناك أحد عشر من أربعين مشتركاً في نغني نفوجرود وضعوا القناة التجارية الشعبية وبرنامجها الإخباري كاستاتي (بالمناسبة) كجزء من قائمة كان على رأسها راديو وتلفزيون روسيا وRTR. وبالنسبة إلى الاتحاد الروسي ككل فإن 85 في المئة من مشاهدي وقت الذروة على التلفزيون القومي يعكفون على مشاهدة واحدة من الشبكات التي تتخذ مقرها في موسكو وفي وقت الأزمات يتحوّل الروس بصورة غالبة إلى مشاهدة شبكات التلفزيون القومي (Mickiewicz 1999) .

وكان النظر إلى القصة الإخبارية التي أذاعتها القناة الأولى وشاهدتها الجماعات الضابطة على أنها تشكل مجموعة إيجابية للغاية من الأخبار التي تصّور إنجازاً لا يباري. ورداً على الانتقاد الذي يفيد بأن أعضاء هذه الجماعات يناقشون المواضيع بشكل حيوي ولكنهم لا يتصورونها مهمة عند خضوعهم للفحص، يلاحظ لَنت (Lunt) وليفنغستون (Livingstone) أن "الناس لا يسهبون في الكلام ولا يبدون اهتماماً فيما يتعلق بقضية لا يكون لديهم تعليقات لها قيمتها بشأنها (Lunt and Livingstone 1996: 91). أما الجماعات الراهنة فقد شاركت في مناقشات حيوية تركزت على طابع الثقة وعلى دلالة الحقائق المعروضة ونوعية الفهم لصيغة العرض الذي شاهدوه.



الشكل 2.11 درجات تصنيف وقت الذروة للبرامج الإخبارية المذاعة على القنوات الرئيسية في مناطق الجماعات الضابطة في موسكو ونيجني نوفغورود ورستوف وفولغوغراد. قناة نيجني نوفغورود الأكثر شعبية وهي قناة محلية اسمها كستاتي (بالمناسبة) كما أنها قناة تجارية تذيع الساعة الثامنة مساء وهي محلية بحتة وتركز أصلاً على الأمور الإنسانية

وعلى الجريمة والحوادث والحرائق وتستخدم لها الكاميرات المحمولة باليد. أما قيم الإنتاج فليست واضحة بالنسبة إلى المنتجين ولا يتم تحريرها لتشكل قصصاً إخبارية احترافية على النحو المعهود (وهو ما يتعارض مع قناة فولغا الأكثر شعبية وهي أيضاً قناة تجارية ومحلية). والبرنامج المذكور يقدم أيضاً معلومات عن المفقودات والموجودات ويضم فترة خمس دقائق لا تتسم بطابع معلوماتي ولكنها فقرة إخبارية منقولة عن التلفزيون في موسكو. أما قناة فولغوغراد المحلية فتملكها الدولة، والمشاهدة اليومية لقناة TV6 في فولغوغراد تبلغ في المتوسط 3,0 في حين أن قناة رستوف المحلية تحل محل TV6 بعد أن ألغيت إذاعة TV6 من على الهواء المصدر: كالوب (Callup)

عناصر الإقناع

تلخص كاثلين ماغرو (Kathleen McGraw) وكلارك هوبارد (Clark Hubbard) الخطوات اللازمة للإقناع على أساس: (1) لا بدّ أن يتعرض المتلقون إلى رسالة الاتصال (التقرير المعروض) ؛ (2) لا بدّ أن يولوها اهتماماً (3) لا بدّ أن يتفهموا (4) لا بدّ أن يقبلوا التفسير على أنه مشروع قابل للتصديق (McGraw and Hubbard 1996: 147) وفي هذه الحالة فقط يتم خزن المعلومات لتصبح متاحة لتطبيقها على فئات مماثلة. ويعتمد الإقناع اعتماداً أساسياً على إتاحة المعلومات أو الآراء بحيث تصبح جاهزة للتطبيق في الحالة التالية التي يراها المرء مماثلة أو مناظرة ومن ثم فإن عنصر الإتاحة يتمثل - وربما يكون هو الأقوى- في تنظيم أو فهم الطرق المختصرة التي يستخدمها المواطنون (Ferejohn and Kuklinski 1990; McDermott 2002; Mutz et al. 1996). وكما تلاحظ دوريس غرابر في سياق البحث في الولايات المتحدة :فإن معظم المعلومات السياسية يتم

وضعها جانباً... لأن الأميركيين العاديين لا يجدونها عادة لا مفيدة ولا ممتعة، وهذا يفسر لماذا أن معظم الحوافز التي يلاحظها المشاهدون بالفعل بما في ذلك الرسائل السياسية لا تخلّف آثاراً طويلة الأجل في الذاكرة ولا يمكن استدعاؤها حتى بعد انقضاء وقت قصير عليها (18 :2001).

نوعية الاهتمام

جميع المشاركين في الجماعات الضابطة كانوا معّرضين لمشاهدة القصة الإخبارية ولكن كان منهم من لم يولها اهتماماً وبعضهم أصبح من الذين اختاروا تغييبها وبعضهم استسلم للملل بينما البعض الآخر بدا وكأنه مخّدر تحت وطأة عبء الحقائق على نحو ما تصوره الحوارات التالية:

تعليم المدرسة الثانوية، موسكو

ناتاشا: استمعت إلى النصف

كاتيا: أعتقد أنك عندما تشاهد الأخبار فالشخص العادي يقتصر ببساطة على أن يستخلص وقتاً من هذه المعلومات مكسيم: نعم يمكن أن تذهب وتضع وعاء الشاي على النار. كاتيا: هذه الأرقام – أنت يمكن أن تسترخي وهناك ما يمكن أن يقال وراء الصورة ومن يهتم بعنصر النفط ولكن هذا أمر لا يهمنا كثيراً

أوليا: لا مشاعر على الإطلاق

مكسيم: في دور المستمع المتثائب، نعم بصفة عامة..

غاليا: لقد أمطرونا بالمعلومات

كاتيا: لقد أرهقونا.

مابعد المرحلة السوڤياتية، موسكو

أوليغ: إنها مفعمة للغاية بالمعلومات التقنية ولا أعتقد أنها تهم المشاهد أن يعرف كم مليون طن من النفط يحتاجها ملء هذا الخط من الأنابيب... ولكنها كانت مهمة بالنسبة إليّ.

إيغور: القليل هو الذي كان مسلياً ولكن كان هناك مياه كثيرة

كاتيا: كان لا بدّ من الاسترخاء

تعليم جامعي، فولغوغراد

بولينا: فهمتها ولكن مع قدر من الشرود ولم نصل إلى فهم ما يحدث

ما بعد المرحلة السوڤياتية، فولغوغراد

إيفغيني: معلومات كثيرة وسيئة العرض. ولنقل أنها سيئة العرض. كّم ضخم من المعلومات المكدسة.

ميخا: كل ما فعلوه أنهم عرضوا هذا وذاك بالتفصيل وبحجم ضخم.

فيرا: أعتقد أن المشكلة برمتها تتمثل في أن الأمر لم يكن مسلياً ببساطة. وبصورة مطلقة فإن هذه المادة لا تهمني على الإطلاق ولا يهمني منها شيء.

مابعد المرحلة السوڤياتية، روستوف

إيفان: بأمانة، بالنسبة إليّ الثواني العشر الأولى لم أفهم ماذا كان يجري على الشاشة. وعلى سبيل المثال فإذا ما كان المرء جالساً يقّطع الجزر في

البيت وهو يشاهد ما يتم عرضه.

أندريه: سوف أكون صريحاً.

ألكسندرا: ثمة أمر حقيقي يحدث في روسيا ولكنه يتسم بطبيعة رسمية أساسية والجزء الأساسي "من القصة" بالنسبة إلى الصحفيين هو قصّ الشريط.

المشاهدون الذين تكلمون هنا لم يكن لديهم اهتمام كبير طبقاً للتعليقات. وحتى أوليغ وهو طالب جامعي غير متفرغ يبلغ من العمر 25 عاماً وقد أبدى اهتماماً بالفعالية، يجد القصة الإخبارية "معبئة أكثر مما ينبغي". ومشاهدة التلفزيون كثيراً ما تكون نشاطاً ثانوياً فتعمل بوصفها خلفية بينما يكون المرء منشغلاً بأمر آخر. وفي ظل بيئة كهذه، فلابد للتلفزيون أن يتنافس مع الأنشطة الأخرى. وكما يعبر واحد من المشاهدين، وكما تعبر أيضاً إحدى المشاهدات، فإن التلفزيون لا بدّ وأن يدفعها إلى أن "تركز" عليه بينما تكون منشغلة بأمور مهمة أخرى. كذلك كان من السمات البارزة في أخبار القناة الأولى أن صيغة القصة المعروضة بدت وكأنها تطلق مقارنات مع الحقبة السوڤياتية في سياق الخطاب الإعلامي.

تعليم جامعي، موسكو

لينا: يبدو أننا خبرنا هذا الأمر من قبل وكما لو كانت جميع هذه البيانات حافلة بكثير من الحسابات هنا وهناك فضلاً عن حسابات الدخل المتوقع.

إيرينا: لقد عرضوه على أنه إعلان.

لينا: نعم. نوع من الإعلان الإعلامي

إيرينا: إعلان: لقد افتتحوا هذا المشروع هناك

فلاديمير: بالنسبة إلي، فالأمر ليس مثيراً للاهتمام على الإطلاق ومع ذلك فأنا أفهم أنه مهم

ناتاشا: ذكروا مبالغ لها قيمتها ولا يمكن أن يخلو ذلك من الأهمية.

لينا: يمكن أن نعتبر تلك نشرة إعلامية

إيغور: يذكرني بما كان في الزمن القديم أي ما قبل البيرسترويكا (أخبار ما قبل مرحلة جورباتشوف)

لينا: يبدو وكأنه تقرير محاسبي عن الميزانية

تعليم جامعي، نيجني نوفغورود

أولغا: يبدو أنه بالغ الدقة وموغل لأنه تكلم كثيراً عن الأرقام

أليشا: أعتقد أنه يعتمد كثيراً على قصة إخبارية

فلاديمير: الأمر الوحيد من هذا الجزء من الأخبار يفيد بشأن كم كبير جداً من أطنان النفط وقد تم ضخها في هذه الأنابيب ولم يكن ثمة معلومات أخرى

لوبا: أمامنا الكثير من النسب المئوية

أولغا: أنت حتى لا تصغي.. أرقام ومعلومات حاشدة

نيكولاي: أرقام كثيرة وكلها فارغة بمعنى أن من المهم الفصل بينها

أولغا: لا يقول شيئاً

أليشا: كان يمكن طرح المعلومات بصورة أسرع. قُلْها وكفى

أولغا: في الحقبة السوفياتية... القصة نفسها وأنا أتذكر التشييد (مماثل للحقبة السوفياتية)

تعليم ثانوي، فولغوغراد

تمارا: أعتقد أن القناة الأولى قيل منها الكثير ويبدو لي أن كان بوسعهم أن يختصروا الأمر فهناك فيض من المعلومات ويصعب فهمه

ناتاشا: هذا هو أسلوبهم

بالنسبة إلى المشاهدين الذين يجنحون بفكرهم بعيداً أو يغادرون الغرفة لتجهيز الشاي فمن المستبعد أن يتذكروا شيئاً له قيمة من المعروض. لذلك فمسألة ما فهمه الآخرون يرد مناقشتها فيما يلي:

الثقة والفهم والحقائق

الثقة تشمل معتقدات المشاهدين بشأن مدى مصداقية المصدر، وتلك عملية تقييم وربما اتخاذ درجة معينة من المواقف الإيجابية نحو المصدر (McGraw and Hubbard 1996). وباللغة الروسية يمكن ترجمة كلمة (doveria) على أنها تجمع مابين الثقة والتصديق حيث أن جذرها (Vera) يعنى الإيمان. وتحاشياً للخلط فأنا أترجم (doveria) باستمرار على أنها الثقة، ولكن ينبغي أن نتذكر أن تصديق المحطة أو القصة المعروضة أمر مقصود أيضاً.

إن أعضاء الجماعات الروسية الضابطة ناقشوا قصة خط الأنابيب المعروضة على القناة الأولى فور أن شاهدوها. وكان طبيعياً أن القصة الإخبارية الحاشدة كما يبدو بالحقائق أدت على الفور إلى مناقشة ماهو مقصود أصلاً بالحقيقة. وأنا أقول "على ما يبدو" لأن المشاهدين الروس كانوا معتادين على مثل هذه القصص ولديهم ما يمكن وصفه بأنه نهج متدرج إزاء تعريف "الحقيقة". وعند أبسط المستويات فإن الخطاب السائد

كَشَف عن أن أي حقيقة هي قطعة محدودة للغاية من المعلومات المستقاة من مصدر موثوق، وبحيث لا يتاح للمشاهد أي سبيل لإحلال قطعة أخرى مختلفة وشديدة التحديد بنفس القدر من المعلومات. والمعنى أن المصدر لا يكون مصدَّقاً إلا عندما يستند إلى رقم - أي رقم. وفي إطار هذا التعريف للحقيقة تبدو المناقشة وكأنها تمزج بين الحقيقة والثقة. وإذا ما عملت استقصاء في هذا الشأن لبدا الأمر وكأن المستجيب يثق في هذه القصة المعروضة على هذه المحطة على نحو ما توحي به المناقشة التالية:

التعليقات الثلاثة الأولى تأتي من مشاركين في جماعات ما بعد الحقبة السوفياتية: لينا، وهي مترجمة خريجة جامعة وكاتيا التي تعمل لدى دار نشر في موسكو ونالت تعليماً ثانوياً ثم نيكولاي وهو طالب جامعي في نيجني نوفغورود.

لينا: في رأيي أن هناك شيئاً قيل وهناك حقائق قدمت: من الذي قام بالتوقيع وكم عدد الأطنان... إلخ. وهل هذه معلومات جديرة بالثقة أم لا؟ إنها جديرة بالثقة بالنسبة إلي.

كاتيا: معلومات جديرة بالثقة. إنها في الواقع تمثل نهجاً بصورة مطلقة وخالصة وهذا كل ما في الأمر.

نيكولاي: أمر واقعي من وجهة النظر التقنية... ومن الناحية المبدئية ليس هناك شيء من هذا النوع قيل (تناقضات واضحة) نعم لقد عرضوا حقائق وهذا كل شيء.

وجاءت تعليقات مماثلة من الجماعات ذات التعليم الجامعي – من فيتالي (موظف يبلغ من العمر 24 عاماً) وأندريه (مقاول يبلغ من العمر 42 عاماً) وميخائيل (موظف عمره 48 سنة) في فولغوغراد ثم من ناتاشا

وهي مفتشة ضرائب في موسكو تبلغ من العمر 50 عاماً:

فيتالي: ليس هناك مبرر يدعو إلى عدم التصديق

أندريه: ما المشكلة؟ هل شيدوه أم لا، هل هم على استعداد للضخ أم لا؟

ميخائيل: إنهم على استعداد

أندريه: إذن فكل شيء على ما يرام وهي معلومات نقية

ناتاشا: ماذا يعني هذا: هذا ليس بحقيقي. ماذا؟ نحن نشك في النسب المئوية أو الأحداث فكيف يتسنى لنا أن نحكم إذا لم نكن محترفين. نحن لا نعرف ونحن أبعد ما نكون عن المعرفة. نحن مجرد مشاهدين عاديين. إنهم يعطون المعلومات ونحن نشاهد... إن الرفاق (تقصد الآخرين في المجموعة التي تنتمي إليها) يقولون أن هذا ليس حقيقياً، وأن من الضروري عرضه بطريقة مختلفة كما لو كان برنامجاً استعراضياً... إنهم ينقلون النفط من مكان وقد تلقوا ميزانية ومبالغ كبيرة ومليارات من الدولارات ومن هذه الأموال سوف نفعل شيئاً هناك. سوف نبني... نخصص... إلخ. وهنا نحن بإزاء اقتصاد عملي بحت.

نفس النقطة تم طرحها في مجموعة التعليم الثاني في فولغوغراد بواسطة ألينا وهي فنانة ومصممة أزياء تبلغ الخامسة والعشرين من العمر وأندريه (الذي لم يذكر لا عمره ولا مهنته) :

ألينا: نحن هنا بإزاء معلومات فقط لا تدعو إلى الشك. نعم هناك خط أنابيب وهذا أمر طيب

أندريه: لقد قاموا بواجبهم

ألينا: أنجزوا عملهم. وهذا أمر طيب بدوره. وفي الواقع هل هذا أمر منقوص؟ أنا لا أتصور أن هذه المعلومات يمكن أن تفتقر إلى الموضوعية.

السؤال هنا كيف يمكن لأي مشاهد أن يكون في موقع يدفعه إلى الشك في الأرقام؟ من يمتلك المعرفة الحاسمة لكي يعتمد عليها عندما تتألف القصة المعروضة من مقاييس مطروحة بشكل كامل وعندما يكون الحدث عبارة عن جوانب كميّة مطروحة في سياقها؟ يمكن أن يكون من المنطقي توقع الفهم لجزء من المعلومات المقدمة على أنها حقيقة، ومن ثم تعبّر عن الثقة، ولكن ليست الحالة هذه بالضرورة، فكثير من جوانب هذا الخطاب المتعلق بالقصة عمد إلى رفض هذا المفهوم على أنه لا يعني شيئاً من الناحية الحرفية: لأنه يفتقر إلى بعد تقييمي. وبغير هذا البعد فلا يمكن طرح المعنى لا للحقيقة ولا للأرقام. والأمر المطروح لا يتعلق بما إذا كانت الأرقام المعروضة في القناة الأولى أو في قناة أخرى تتسم بالدقة ولكن يتعلق بما يعنيه أي رقم مطروح من دون وضعه في سياق. وعلى نحو ما يوضحه الجزء الأكبر من هذا الخطاب فقد تمت التضحية بعناصر الاستيعاب والتذكر في مقابل هذا الأسلوب للعرض وهو ما يصدق أيضاً على جانب الثقة.

وبالنسبة إلى هؤلاء المشاهدين الروس "فمن هذا الفهم للأرقام يتم استقاء الثقة والاستيعاب. وهذا الخطاب يكشف عن أنه يستحيل على الكثيرين فهم القصة الإخبارية التي عرضت أمامهم واهتموا بها. هناك فلاديمير (وهو عاطل يعيش في نيجني نوفغورود ويبلغ من العمر 59 سنة) ويرى أن الأرقام في حد ذاتها لا معنى لها ومن ثم لا يمكن التعامل معها. وإذا ما كان الأمر كذلك فهي لا يمكن لا تلقيها ولا تذكرها. وهناك

أعضاء من مجموعته المتعلمين جامعياً يضمون لوبا وهي مدرسة في الرابعة والعشرين بالإضافة إلى أولغا وهي متقاعدة في الحادية والستين فضلاً عن نيكولاي وهو مدير عام شركة يبلغ من العمر 45 سنة.

فلاديمير: الجزء الوحيد من المعلومات كان يقول بأن كميّات كبيرة من أطنان النفط تم ضخها ولم يكن ثمة معلومات أخرى

لوبا: هناك كثير من النسب المئوية

أولغا: إنكم حتى لا تصغون. هناك الأرقام وهناك أيضاً المعلومات.

نيكولاي: أرقام كثيرة للغاية وكلها فارغة وبمعنى أن الأمر يقتضي فصلها عن بعضها

فلاديمير: ذكرت لكم أن أي رقم لا بدّ وأن يطرح مقارناً بشيء ما وإذا ما عمدوا في هذه القصة الإخبارية إلى طرح بعض المقارنة مع خط أنابيب آخر أو شيء أنجزوه بالفعل لكنا نشاهد بصورة مختلفة.

أولغا: وإلا فالقصة ليس لها أهمية كبيرة بالنسبة إلى المشاهد العادي كي يعكف عليها.

فلاديمير: ومع ذلك فسوف أستمر في المشاهدة ولا غنى عن الأرقام في ظل مثل هذه المعلومات إذ لا بدّ باستمرار أن تكون مرتبطة برقم ما والرقم لا بدّ وأن يكون مقارناً... أما رقم واحد... فلا يعني شيئاً مطلقا.

أولغا: إنها لا تقول أي شيء.

في موسكو كان هناك فيكتور، وهو كابتن في البحرية التجارية وعمره 46 سنة، ثم إيغور وهو مهندس في السابعة والثلاثين يناقشان نفس الطلب الأساسي على السياق:

فيكتور: ذكروا رقماً هناك: 20 بليون، فإذا ما قالوا مثلاً 30 بليون فالأمر يستوي بالنسبة إليّ لا هو بارد ولا هو ساخن

إيغور: نعم الأمر مستحيل تقييمه عملياً

وعليه، وبرغم سيل الأرقام والنغمة الاحتفالية الحاسمة التي اتسمت بها القصة فمعظم المشاهدين في الجماعات الضابطة لا يستطيعون المشاركة في الأمر. وهنا، وفي موسكو أيضاً توجد لينا وهي ربة بيت وأولغا وهي متقاعدة وإيغور المهندس وغالينا أخصائية التوريد:

لينا: أود أن أقول أنه لا يخالجني أي شعور. وأنا لا أكترث لأن كل ما يفعلونه هو إبلاغنا بمعلومات عن حقائق حدثت بالفعل. وربما يريدون أن نقول أن كل شيء على ما يرام، وهذا ما لا أعرفه فأنا بحاجة إلى أن أرى المزيد من العوامل لكي أصّدق وجاهة إنشاء هذا الخط للأنابيب

أولغا: هذا ما أقوله، معلومات قاصرة

إيغور: معلومات سطحية

غالينا: أعتقد أنهم اكتفوا بطرح المعلومات

وهنا، في ظل ما ذكرته غالينا، ثمة تعريف آخر لمعنى "حقيقة "وكأن الأمر ينطوي على إبلاغ ما يمكن أن يكون لا شئ: الحقائق (أو المعلومات) ماهي إلا جزء صغير من المعنى الممكن إبلاغه ولكنه لم يتحقق وكأنها قطع من الأحجار الصغيرة لصنع موزاييك ولكنها لم توصّل إلى رسم الصورة الكاملة التي تعكسها الفسيفساء. لهذا فإن إيغور الشاب من موسكو، وهو جيولوجي ومهندس أمكنه أن يقول ما يلي عن القصة التي شاهدها: (هذا

النص فارغ بكل معنى، وأنا أتصور أنهم لم يقدموا شيئاً ملموساً من الناحية الاقتصادية، لا شيء) .

وبسبب هذا العجز من جانب المشاهدين عن تقييم قصة إخبارية من هذا النوع، فلا يبقى من هذه النوعية الكثير في غالب الأحيان. وفوق هذا كله فقد لاحظت أن البعض يقولون إن كل ما فعلوه أنهم أغلقوا الجهاز وجلسوا من دون أي اهتمام. وهناك آخرون شاهدوا العرض ولكن لم يتذكروا سوى أقل القليل بعد فترة وجيزة من عرض القصة الإخبارية. وفي فولغوغراد ذكرت دينا وهي في العشرين من عمرها وتعمل محاسبة وتخرجت من المدرسة الثانوية قالت إنه "في غضون دقيقتين بالضبط نسينا ما كان يحدث" وهناك آخرون شاهدوا من دون أن يفهموا، على نحو ما توضحه التعليقات الواردة أدناه، وأولهم غالينا وناتاشا اللتان أنهيتا الدراسة الثانوية بينما حصل الباقي على تعليم جامعي.

موسكو

غالينا: الغرض الشامل ليس واضحاً بالنسبة إليّ فلماذا يفعلونها؟ نعم لكي يوجهوا النفط إلى أوروبا. ليس واضحاً هنا بالنسبة إلى ى ماهي القضية الرئيسية. لماذا يفعلون ذلك؟

ناتاشا: عندما شاهدت العرض لم يستقر في ذهني على الإطلاق ولم أفهمه

مكسيم: لم أفهم ما الذي يجري، هل هو عن عاصفة هبت أو عن تقارير الطقس أو عن النفط؟

فولغوغراد

ميخائيل: ما الغرض من هذا كله؟

مارينا: لم أفهم. والأكثر من ذلك أنهم عرضوا علينا هذه القصة

الإخبارية وبعدها يصبح السؤال: هل هذا النفط له أهمية بالنسبة إلى أي طرف؟

ميشا: لماذا يكون من الضروري بناء هذا الخط. أنا لم أفهم على الإطلاق. لقد استثمروا مبالغ طائلة

روستوف

ناتاشا: بشكل عام، فليس هناك شيء واضح في واقع الأمر. وهناك من يستفيد بشكل أساسي فكيف يمكن تقسيم هذا لقد ذكروا نسبة مئوية

أولغا: ليس هناك وضوح على الإطلاق

فيكا: هذه المعلومات مقدمة للمشاهد العادي لكي يطالعها بالمصادفة ويتعود عليها... أما بالنسبة إلى الشخص المهتم فهي أقرب إلى احتساء نخب (في حفل) .

نيجني نوفغورود

بوريس: بأمانة لم يكن الأمر واضحاً لي بما فيه الكفاية بشكل عام، أقصد الأخبار برمتها.

يبدو المشاهدون ممن تلقوا تعليماً جامعياً وكأنهم أرادوا مزيداً من الشروط بالنسبة إلى مصداقية المصدر أكثر من سواهم، لأنه في مناقشاتهم كان المهم فقط هو مؤهلات الإعلاميين. وهؤلاء المشاهدون يلتمسون البحث عن الخلفيات المتخصصة التي يصدر عنها الصحفيون، وما إذا كان هؤلاء الصحفيون يمتلكون الخبرة الكافية لتفسير الحدث بما يتطلبه الأمر من عمق ودقة، وتلك عوامل مهمة لحسم عنصر المصداقية في

الدراسات الغربية المتعلقة بكفاءة المواطنين (Lupia and McCubbins 1998). وفي كثير من المحادثات كان يشار إلى القصة بشكل مستهين على أنها "لعبة هواة" وهذا انتقاد يدعو للدهشة ضد أقدم وأغنى قناة في البلاد وأوسعها انتشاراً من حيث حجم المشاهدة. وإذا ماكان التصور أن القصة الإخبارية تفتقر إلى الخبرة اللازمة فلا يمكن وضع الثقة فيها. أما عدم الرضا إزاء مستوى المعرفة الذي عكسته القصة الإخبارية فقد تم التعبير عنه في الجماعات الأرقى تعليماً ومنها ما يلي:

تعليم جامعي/ موسكو

أوليا: بشأن الذين قدموا القصة ربما يكونون أبعد ما يكون عن القضايا الاقتصادية

لينا: ربما مجموعة هواة

ناتاشا: قام بها غير متخصص

سفتلانا: إنها معروضة بالنسبة إلى المشاهد العادي الذي يكتفي بالجلوس أمام التلفزيون ويشاهد.

حقبة ما بعد السوفياتية، فولغوغراد

إيفغيني: بعض المعلومات كانت مضطربة للغاية فعرضت بعض اللحظات التكنولوجية وربما تفتقر إلى عنصر المهنية

تعليم جامعي، نيجني نوفغورود

فلاديمير: على أية حال هذا العرض يفتقر إلى الاحترافية

كان جميع الأفراد البالغ عددهم 158 في المدن الأربع، حيث انعقدت الجماعات الضابطة، معرضين من خلال التصميم إلى قصة إخبارية قدمتها القناة الأولى وهي الأكثر مشاهدة بين الروس والأكثر مصداقية من حيث مصدر الأخبار طبقاً لاستقصاءات الرأي العام. وهذه الخطوة الأولى في الإقناع تم اتخاذها، ولكن لم ينعقد إجماع على الاهتمام بالعرض؛ فالبعض تحوّلوا عن القناة، والبعض تصوروا أنفسهم في البيت ومن ثم توجهوا لاستحضار شيء من المطبخ. إلا أن هناك من أوْلى الاهتمام بحق. والقصة الإخبارية عرضت بعض الاستثمارات الطائلة واحصاءات للدخل. وقد أصبح هؤلاء مرشحين بالنسبة إلى المرحلة الثالثة في سياق الإقناع (قبول الإطار) وهو ما يتمثل فيما تقصد الأخبار إلى تحقيقه، والبعض الآخر لم يستطع فهم القصة الإخبارية ولا كان بوسعهم الاستمرار بما يجعلهم قادرين على الحديث بشأنها بعد انقضاء دقائق عديدة بل تشتت اهتمامهم بفعل عناصر مختلفة من القصة، ففشلوا في فهم النقطة الرئيسية فيها، ولم يكن ذلك لأنهم لم يتلقوا تعليماً في الجامعة، ولا أنهم كانوا يعيشوا في أقاليم بعيداً عن موسكو. وبالنسبة إلى المشاهدين الذين تحوّلوا عن القناة أو الذين لم يبدوا اهتماماً ولا احتفظوا بالمعلومات ولا فهموا القصة الإخبارية، كان الاهتمام ضئيلاً بأن الرسالة الإعلامية (القصة الإخبارية) سوف يختزنها المشاهد ومن ثم يتاح استخدامها من جانبه باعتبارها مساراً ذهنياً يتم اللجوء إليه مستقبلاً لتفسير أو فهم المعلومات أو الظروف الجديدة.

وبالنسبة إلى الذين بلغوا بحق الخطوة الأخيرة، عندما أصبح قبول الإطار وكذلك وجهة نظر القصة هو الأمر المحوري، ظل هناك انقسام غير متكافئ في الخطاب الذي كان سائداً؛ فالجزء الأصغر يقبل حقائق القصة ولكن على أساس محدود للغاية بمعنى أن سيكون من المستحيل

الاحتفاظ بها مستقبلاً لدى استخدامها. والجزء الأكبر يعبر في أفضل الأحوال عن سخط غاضب أو نافذ الصبر إزاء القصة الإخبارية إذ حالت بينهم وبين استخدام قدراتهم على التقييم. وهنا يوحي الخطاب السائد بأن عملية التقييم هذه أمر مألوف أو عادي بالنسبة إلى المشاهدين سواء كانوا قد تعلموا في الجامعة أو حصّلوا تعليماً ثانوياً. ويتوقع الروس أن يمارسوا قدراتهم على التقييم عندما يشاهدون الأخبار، ويعرفون أن هذا يتطلب سياقاً للمعلومات إلى جانب طرح معلومات مقارنة. وإذا لم يجدوا هذه الأمور في القصة التي يشاهدونها فإنهم يجدون أنفسهم بعيداً عن الجوهر أو في حالة اغتراب. وبالطبع لا يقتنعون بما يشاهدون برغم أن هذا قد يكون إنجازاً كبيراً للحكومة أو لا يكون إلا أنهم يظلون بغير اقتناع لا بالأرقام ولا بما يشاهدونه من حالات التأكيد.

التلهف على أخبار إيجابية

يحرص أفراد الجمهور الروسي على إبلاغ المستخبرين في سياق الاستقصاءات بأنهم يريدون أخباراً إيجابية. وهم يشكُون من حشد الأخبار الإعلامية بالمشاكل والكوارث الطبيعية والحوادث. وتوضح الاستقصاءات أن عدداً كبيراً من المستجيبين يقولون أنهم قد سئموا وملّوا من المستوى المتدني للحياة الروسية المعاصرة على نحو ما يشاهدونه على شاشات التلفزيون. وعلى مستوى الجماعات الضابطة في هذه الدراسة أيضاً في المدن الأربعة جميعها، وبين صفوف الذين نالوا تعليماً في الجامعة أو في المدارس الثانوية، فضلاً عن المشاركين في المرحلة ما بعد السوڤياتية، حيث كان هناك بعض من أبدوا رفضاً لنغمة ومحتوى المسار المتواصل من عرض الأخبار السيئة.

هذه المناقشة دارت في مرحلة مبكرة من الجلسات، بعد حديث

عن الحياة اليومية. وقد تمت دعوتهم للتفكير بشأن ما يريدونه من برامج الأخبار في التلفزيون. والبعض منهم أعرب عن عدم موافقته على الأخبار السيئة.

كاتيا: أود أن أشاهد أخباراً أفضل وليس مجرد أخبار السوق أو الصراعات وكل أنواع الحروب، ولكن أود أن أشاهد الأفضل (طالبة جامعية، 19 سنة، فولغوغراد) .

ليديا: إنهم يذيعون على الراديو اليوم في البرامج الإخبارية، أن القوم في موسكو يتوقعون أعمالًا من الإرهاب الكيميائي بل من جميع الأشكال فلماذا يعلنون ذلك؟ ولأي غرض؟ هل لحشد الموقف وزيادة توتر الأعصاب بين الناس؟ لماذا يفعلون ذلك؟ من ناحيتي أود أن أتخلص من هذا كله مرة واحدة (روستوف متقاعد في الثالثة والستين وحاصل على تعليم ثانوي)

فيتالي: لقد فكرت في ذلك الآن. وأول شيء سوف أستبعده هو الأخبار السلبية. هذه الكوارث وهذه الإثارة وما إليها لا يبدو أنها تهم الأغلبية. في تصوري إن الأفضل هو عرض الألعاب الرياضية والثقافية (موظف جامعي في الرابعة والعشرين في فولغوغراد)

مارينا: إذا ما عرضوا أخباراً على سبيل المثال بشأن العطلات في المنتجعات المختلفة أو بشأن البرامج المسرحية وأخبار العروض الفنية، أعتقد أن هذا أفضل. لكن عندما يعرضون مثل هذه الأخبار المؤلمة وخاصة السلبية فهذا أمر مرعب: الإرهاب – شيشينيا وأخبار الجرائم – لها وقع بالغ السوء (علينا) (نيجني نوفغورود موظفة جامعية، 43 سنة) .

ومن الوهلة الأولى يبدو أننا نجد في الجماعات الضابطة، وكما في

الاستقصاء الآتي أيضاً، هذا الازدراء المألوف للأخبار السيئة فضلاً عن الاستعداد لمشاهدتها. وثمة شعور أكثر انتشاراً ويتمثل في ذلك الاستسلام الحزين ومفاده أن الأخبار السيئة إنما تعكس ظروفاً سيئة:

ليليا: أريد قسوة أقل... برغم أنني أعرف أن الحياة الآن في غاية القسوة ولكن سيكون من الأفضل طرح المشاعر الأكثر إيجابية. (روستوف، 54 سنة، موظف جامعي)

ألكسندر: أوافق تماماً (على ضرورة أن يكون هناك أخبار أكثر إيجابية على التلفزيون) إنني أشاهد التلفزيون فأصبح حزيناً ولكن حياتنا بالطبع ليست بهذه البساطة فقد تغيرت الظروف (موزع جامعي، 35 سنة، فولغوغراد) .

رفض الأنباء الإيجابية على التلفزيون

ليست هذه نهاية القصة؛ فعندما يحصل المشاهدون على ما يبدو وكأنهم يريدونه، ومن ذلك مثلاً عندما تُعرض عليهم قصة خط الأنابيب الشهير، فبدلاً من الموافقة عليه فهم يرفضون القصة مباشرة من الوهلة الأولى لأنهم لا يصدقونها، ومن ثم فمن شأن قصة إخبارية إيجابية أن تقّوض مصداقيتها ذاتها من خلال إثارة ثلاثة أنواع مختلفة من المشاهدين.

هناك أولاً من يأتي من عالَم الإعلانات الجديد الذي يضفي أساليبه التقنية على عرض إنجازات الحكومة، وهناك ميخائيل في فولغوغراد الذي ينتمي إلى الحقبة ما بعد السوفياتية وهو يشّبه القصة بأنها إحدى عمليات العلاقات العامة: أعتقد أن ما رأيناه هو مجرد إعلانات تتعلق بالأموال التي يتم استثمارها وبطول الخط من الأنابيب وبحجم الملايين من الأطنان التي يحملها من النفط، وهم يريدون عرض الإنجازات ولا يعرضون

ما لا يزال بحاجة إلى الإنجاز، وبمعنى أن عرض كل شيء في كل مكان أمر لا غبار عليه. وبالنسبة إلى جيل ميخائيل فإن الإعلانات والعلاقات العامة أصبحت أموراً شائعة وليس بوسعهم تذكر الوقت الذي سبق وصول خبراء التحوير الإعلامي. وحتى في مدينته البائسة والقابعة في أعماق الفولغا فهذا هو الأسلوب الذي يفهم به الكشف عن الإيجابيات التي تحققت وعرضتها القصة التي تم بثها.

إن المقارنة الأكثر شيوعاً تأتي من السنوات السوڤياتية: إن من شأن قصة إيجابية أن تعرض منظور الأخبار التلفزيونية في الحقبة السوڤياتية وهي يتم تجنيبها حتى تندرج ضمن فئة الرسائل التي يتم تشويهها عمداً لكي تخدم الدولة. وهنا أيضاً يحكي فيكتور (Victor) سفتلانا، وهما من سكان موسكو الجامعيين في واحدة من الجماعات الضابطة إضافة إلى لينا وإيغور وفلاديمير في جامعة أخرى:

فيكتور: كل شيء على مايرام

سفتلانا: بغير أي عمق، كل شيء على ما يرام. أنا معتادة على الشك في كل شيء الآن

لينا: هذا أمر غير واقعي

إيغور: يذكّرنا بالأخبار القديمة التي سبقت البيرسترويكا

لينا: كأنها جرْدة محاسبة

فلاديمير: كأنها جرْدة محاسبة لإنجازات البناء الاشتراكي

ثم تعلق ليدا من نيجني نوفغورود قائلة: عندما بدأت هذه الأمور كما تعلمون فقد كانت بدايتها منتفخة الأوداج، ولسبب ما نشأ سؤال مباشر وهو: أي فترة هذه؟ بمعنى في أي زمن؟ أنا لم أسمع النص حتى

الآن لأنني قلت لنفسي إن الأمر بدأ بهذا الغرور وبالنسبة إلي فهو مرتبط بذلك الوقت (الفترة السوڤياتية) .

وأخيراً فمن شأن قصة إخبارية إيجابية أن تستدعي إلى الذهن الفساد والأخبار المزروعة. ومن شأن قصة إخبارية دقيقة أن تلقى الرفض بوصفها أخباراً، لأنه يُنظر إليها على أنها جاءت، إما بناء على تكليف أو على أمر صادر على نحو ما لوحظ في مناقشة تمت في جماعة ذات تعليم جامعي في فولغوغراد:

أندريه: أياً كان الذي وضع الأموال في إنشاء هذا الخط وهو الذي كلف وموّل هذه القصة.

فيرا: من دون شك

سفتلانا: لأن كل شيء على ما يرام

ميخائيل: لأنهم قالوا ما قالوه بكل رضا

بولينا: لم يكن هناك أي مصاعب في التشييد

فيرا: (تتطرق إلى السبب في أنها لم تصدق الأمر في حين ربما صدقه آخرون) في الأساس فإن هؤلاء الناس الذين ربما يكون لديهم تعليم ثانوي. نعم أنا مازالت أتذكر الجدّات والجدود فهم يصدقون ذلك.

بولينا: إذا ما قارنا هذا مع الانتخابات: فهناك من بدأ (شائعة) بأن وسائل المواصلات ستكون مجانية ومن ثم كان طبيعياً أن الناس وخريجي الجامعات لم يصدقوا ذلك ولكن الأجداد انتظروا أن يكون الركوب مجاناً وكانت هناك مثل هذه المواقف.

وفيما يتم استهلاك القصص الإخبارية الإيجابية، إلا أن المشاهدين يرفضونها على أنها غير قابلة إطلاقاً للتصديق، فهم لا يثقون في محتواها ولا يتذكرونه. وكل شريحة من السكان تقول إن القصص الإخبارية غير قابلة للتصديق، في حين أن هناك الآخرون الذين يهّونون من شأنها أكثر وأكثر. وبوضوح فأفراد الجمهور السوڤياتي ينعون الجوانب السلبية في حياتهم على أساس أن التلفزيون ما هو إلا وسيلة فقط وهم يرغبون في أن تكون حياتهم مختلفة ولكنهم يعرفون أن أي صورة توحي بالازدهار إنما تفتقر إلى المصداقية.

الاستنتاجات

المشاهدون الروس يطلبون معلومات ومقارنات في سياق موضوعي، وهم لا يتذكرون ولا يثقون في القصص الإخبارية التي تورد أرقاماً إلا إذا كان هناك سياق يمكن ضمن إطاره مقارنة الأرقام أو وصْلها بأبعاد أخرى. وأشباه الحوادث التي تؤدي إلى تسطيح السياق لكي يتفق مع واجهة العناصر المتميزة كثيراً ما ينظر إليها على أنها (مأمور بها) أو تم التكليف بها. ومن ثم فالأحداث السعيدة لا تحوز الثقة، ويدرك المشاهدون الروس أن كثيراً من الأخبار والمعلومات العامة التي يشاهدونها على التلفزيون، بل ومعظم هذه المواد، تتم على أساس أوامر صادرة، وهم يضيفون هذه المعلومات إلى منظومتهم التحليلية، وهذه المنظومة التي تجسد الملاحة في بحار الإعلام هي التي شرحناها فيما سبق وجزء منها جاء ترحيله من الزمن الماضي. والجزء الآخر مازال يشكل استجابة للدوافع الجديدة الناشئة عن جهاز إخباري يضم عناصر فاعلة في المؤسسة الإعلامية. وهنا يتجلى تعقيد الوسائل المستخدمة البارزة في جميع المدن، حتى ولو توافر قدر قليل من المنافسة السياسية والخيار الإعلامي المحدود عبر مستويات مختلفة من التعليم.

أما التنوع الخارجي - وقدر من التعددية في وجهات النظر المتعلقة بالقنوات المختلفة فأمور تساعد بوضوح المشاهدين الروس وهم يبذلون جهودهم الحثيثة لكي ينفذوا تحت سطح أخبار التلفزيون. وبغير إضفاء صفة الموضوعية (الصدق) على أي من القنوات المنافِسة فإن المشاهدين يستفيدون بوضوح عندما يتاح لهم أن يستخلصوا الدروس من العديد من وجهات النظر المطروحة على شاشة التلفزيون. (على أن هذا الخيار لم يتح إدماجه بأمانة ضمن نطاق النظام السياسي، بل تباعد كثيراً مع إغلاق القناة TV6 التي كانت معارضة بصورة صريحة (في عام 2000) ثم بديلها الأكثر ضعفاً وهو TVS في عام 2003 فضلاً عن ممارسة الضغط على بوريس جوردان لكي يستقيل بكل ما كان بيديه على طول الخط في القناة أن. تي. في من استقلالية في هذا المجال.

هذه النتائج المتباينة لا تلغي مع ذلك المهارات الكبيرة التي يتمتع بها المشاهدون الروس وقدراتهم الفائقة على الابتعاد عن الإطار الذي استهدفه المذيعون، حتى بغير طرح العديد من وجهات النظر، وحتى مع بث إطار بالغ الضيق لدرجة أنه لا يسمح سوى بالتأكيدات الاستعراضية لما تم من إنجازات بينما المشاهدون الروس يوازنون المقصد الاستدراكي في متن الرسائل التي تصلهم. وهناك الكثيرون ممن يطرحون وجهة النظر المتشككة في العملية، وهذا أمر لا ينبغي مساواته بروح التشاؤم، لأن المشاهدين يساهمون بجهد هائل في استخلاص المعلومات من ثنايا الأخبار التي يشاهدونها. ويتوقع الروس مشاركات تجارية وحكومية في عملية تشكيل الأخبار ويعتقدون أن من مسؤولية المشاهد أن يستخلص المعنى وأن يعمل على تصحيح التحيزات التي يشعر بها.

ولدى إنتاج ما يقصِد بأن يكون رسائل إعلامية مقنعة فإن افتراضات

النخبة الإعلامية بشأن استقبال الرسائل تختلف على أساس نواح مهمة من العملية التي يفهم بها الجمهور الروسي الأنباء التي يشاهدها. ويستعين الروس في هذا الصدد بمجموعة متنوعة من النوازع الذهنية والخبرات الواضحة والأعراف التي تدفع إلى بذل جهد لتوسيع سياق الأنباء والوعي بندرة بل واستحالة الموضوعية. ويعينهم على ذلك أيضاً الحسابات الخاطئة التي يسقط فيها أهل النخبة لدى بناء ونشر الرسائل الإعلامية التي تستهدف طرح الإطار التعريفي ولكنها تسئ توجيه أفراد الجمهور وتستهين بقدراتهم على التفاعل مع ما يتلقون ثم تفشل في إدراك الطابع المتفاوض عليه لاستقبال المعلومات.

التذييل: ملاحظة بشأن الطرائق

استخدمت مؤسسة الرأي العام مشاركين في المجموعات الضابطة على مرحلتين :الأولى وهي الأساسية جاءت من "مجمع المستجيبين" وقد تم استكمالها بطرائق كرة الثلج، وهذا المجمع يتم إقامته في المدن التي تُجرى فيها المؤسسة الاستقصاءات. وفي إطار استقصاء منتظم وتمثيلي فإن المعلومات يجرى تجميعها بشأن السمات الاجتماعية - الديموغرافية للمستجيبين (العمر والنوع والتعليم والمهنة وما إلى ذلك) وهذا ضروري لضمان مراقبة جودة المستخبرين وسلامة الدراسات التي يتم إجراؤها. ولا يدعي المشاركون في المجموعات الضابطة السابقة مرة أخرى إلا بعد إنقضاء عام بأكمله ويقدم للمشاركين مبلغ صغير.

نفس الميسِّر أدار جميع الجماعات الضابطة الست عشرة المفاد عنها في السياق الحالي.

سمات المجموعات الضابطة

النوع: نساء 53 في المئة، رجال 47 في المئة

العمر: 30 وما دون: 50 في المئة (بما في ذلك فئات ما بعد الحقبة السوڤياتية وهي تضم 25 في المئة من الجماعات بأكملها) ؛ 25 :45 -31 في المئة، أكثر من 45: 25 في المئة

استهلاك الأنباء: يومياً: 51 في المئة، 4–3 مرات أسبوعياً: 20 في المئة،2–1 أسبوعياً: 20 في المئة.

مصادر الأخبار بالنسبة إلى أخبار الرئيس: الشبكات العاملة في موسكو: 85 في المئة الشبكات ووسائل الإعلام الأخرى العاملة في موسكو: 87 في المئة أخرى: 13 في المئة

مصادر الأخبار وأخبار الشيشان: الشبكات العاملة في موسكو: 81 في المئة الشبكات والوسائل الإعلامية الأخرى العاملة في موسكو: 81 في المئة أخرى: 19 في المئة (60 في المئة من استجابات الأخرى تشير إلى "أفراد أخرين" و"الذين قاتلوا هناك") .

موجز القصة الإخبارية

افتتاح محطة خط أنابيب نوفوروسيك للنفط (القناة الأولى) ، دقيقتان و14 ثانية.

المراسل: منذ ساعات قلائل تم الاحتفال بافتتاح الطريق الجديد لتصدير نفط بحر قزوين وبدأ الطقس يسوء في منطقة نوفوروسيك. وتعيّن تأجيل المؤتمر الصحفي. على أن مجموعة بحر قزوين لخطوط الأنابيب

هي واحدة من المشاريع الاستثمارية التي تجمع بين قوة التأثير وضخامة التكاليف في جميع أراضي الاتحاد السوفياتي السابق. وجاءت تكلفة الخط الأول وحده لتزيد على 2,5 بليون دولار. وسوف يغطي هذا المبلغ الربح الذي يتم تحصيله. ويربط خط الأنابيب ما بين حقل تنغيز النفطي في كازاخستان والمحطة البحرية في ميناء نوفوروسيك ويبلغ طوله 1510 من الكيلومترات ليحمل مليون طن من النفط حيث يقتصر على ملء الخطوط ومن الشاطئ يتجه النفط عبر خط أنابيب مرن إلى المنافذ العائمة التي ترسو فيها ناقلات النفط وهذا الطريق يمكّنها من مواصلة الشحن حتى في ظل هبوب عاصفة من 8 نقاط. وقد أصبح بوسع خط الأنابيب حالياً أن ينقل 28 مليون طن سنوياً. ونسبة 24 في المئة من المجمع تخص روسيا في حين يخص كازاخستان 19 والباقي يخص عمان وشركات نفطية أجنبية أخرى. وطبقاً للاختصاصيين ففي غضون السنوات الأربعين المقبلة سوف تحصل الميزانية الروسية على أكثر من 20 بليون دولار يتجه الجزء الأكبر منه إلى ميزانيات المناطق التي يعبرها خط الأنابيب.

سيرغي غناتشينكو (Sergi Gnatchenko) مدير مجمع الأنابيب (Director of Pipeline :Consortium) خط الأنابيب يوضح عوامل الجذب في الاستثمارات وفرص الاستثمار في روسيا ولا شك أنه سيشجع على توظيف مزيد من الاستثمارات.

المراسل: سوف يدخل خط الأنابيب قيد التشغيل الكامل مع حلول صيف العام المقبل حيث ينقل 70 مليون طن من النفط سنوياً.

المواد المصورة: أمواج تتكسر على الصخور وناقلات ووصول الضيوف وجلسة الضيوف في خيمة من أجل الاحتفال، وخارطة المنطقة، والخط يتحرك من حقول نفط تنغيز في كازاخستان إلى نوفوروسيك؛

خطوط أنابيب معدنية وناقلة في البحر وخط أنابيب والبحر، والضيوف يزورون الساحل وخط الأنابيب ومقابلة مع مدير المجمع والضيوف وخطوط الأنابيب.

المراجع

Bartels, L. (1993) "Messages received. The political impact of media exposure", *American Political Science Review,* 87: 267-81.

Ferejohn, J. A. and Kuklinski, J. H. (1990) *Information and the Democratic Process,* Urbana, IL: University of Illinois Press.

Gamson, W. (1992) *Talking About Politics,* Cambridge: Cambridge University Press.

Graber, D. (2001) *Processing Politics. Learning from Television in the Internet Age,* Chicago, IL: University of Chicago Press.

Johnson's List, 11 September 2003, davidjohnson@erols.com

Lunt, P. and Livingstone, S. (1996) 'Rethinking the focus group in media and communications research' , *Journal of Communication,* 46(2) : 79-98.

Lupia, A. and McCubbins, M. D. (1998) *The Democratic Dilemma. Can Citizens Learn what they Need to Know?* Cambridge: Cambridge University Press.

McDermott, R. (2002) "Arms control and the first Reagan administration. Belief systems and policy choices", *Joumal of Cold War Studies,* 4(4) : 29-59.

McGraw, K. and Hubbard, C. (1996) "Some of the people some of the time", in D. C. Mutz, P. M. Sniderman and R. A. Brody (eds) *Political Persuasion and Attitude Change,* Ann Arbor, MI: University of Michigan Press.

Mickiewicz, E. (1999) *Changing Channels. Television and the Struggle for Power in Russia,* revised and expanded edition, Durham, NC: Duke University Press.

-----(2001) "Structure and exposure", *The Donald W Treadgold Papers,* Henry M. Jackson School oflnternational Studies, The University of Washington, no. 30.

Mutz, D. C., Sniderman, P. M. and Brody, R. A. (eds) (1996) *Political Persuasion and Attitude Change,* Ann Arbor, MI: University of Michigan Press.

Tetlock, P.E. (2000) "Coping with trade-offs. Psychological constraints and political implications", in A. Lupia, M. D. McCubbins and S. L. Popkin (eds) *Elements of Reason. Cognition, Choice and the Bounds of Rationality,* Cambridge: Cambridge

University Press, 239-63.

Wolfe, A. (1998) *One Nation After All,* New York: Viking.

الفصل الثاني عشر

السياسة والميديا في روسيا ما بعد الشيوعية

ستيفن وايت وإيان ماكلستر

لا يكاد الروس يعيرون اهتماماً كبيراً لسنوات جورباتشوف، ولكنهم يعترفون بقيمة سياسة الغلاسنوست (الشفافية) التي أفضت إلى توسيع نطاق حرية الصحافة. وفي نهاية المطاف، إلى ما حدث في عام 1990 من إلغاء الرقابة ذاتها. أن الرقابة مازالت غير قانونية بمقتضى دستور ما بعد الشيوعية الذي تم اعتماده في عام 1993، ومع ذلك فإن حرية الإعلام مازالت أكثر هشاشة. ويرجع ذلك إلى الأسباب الاقتصادية فما برحت معدلات التوزيع منخفضة. وأما إيرادات الإعلان فهي غير مؤكدة، فضلاً عن أن تكاليف التوزيع في حال من التزايد. بل إن حرية الإعلام أصبحت أكثر تعرضاً للظروف الخارجية بسبب الضغوط السياسية. ويظهر على المسرح بصورة مثيرة ما حدث في عطلة آخر الأسبوع في عيد الفصح عام 2001 عندما قام الحراس المدججون بالسلاح بالاستيلاء على أهم محطة تلفزيون خاصة هي إن.تي.في (في أوائل عام 2002. لقد كانت محطة Tv6 وهي أخرى قناة مستقلة قد خسرت دعوى الاستئناف وأصبحت أيضاً

تحت سيطرة الأمر الواقع للدولة). فماذا يفهمه الروس من هذا كله؟ وماذا يتصورون بشأن المنافذ الإعلامية التي أصبحت متاحة لهم وأية أشكال من ناتج تلك المؤسسات يختارون لاستهلاكها؟ وهل من المهم أن روسيا ما بعد الحقبة الإعلامية الشيوعية أصبحت منقسمة بصورة مطردة وهل يمكن لذلك أن يشكل فرقاً بالنسبة إلى السلوك الانتخابي للمواطنين العاديين؟

لقد نشرت تقارير عديدة عن التغيرات التي طرأت على الإعلام الروسي على مدار العقد المضطرب الذي أعقب الحقبة الشيوعية (انظر مثلاً Egorov 1999; Mickiewicz 1999; Murray 1994; Rantanen 2002; I. Zassoursky 2001; Y. Zassoursky 2001). وتستند دراستنا إلى مجموعة مختلفة من البيانات كما تعالج قضايا مختلفة نوعاً ما. وكثير منها يستند إلى الدور البارز بشكل غير اعتيادي الذي بدا وكأن الميديا الإعلامية قد لعبته خلال الانتخابات البرلمانية والرئاسية في روسيا في الفترة 2000–1999 ثم الفترة 2003-2004. ولسوف نستند بداية إلى اثنين من الاستقصاءات الوطنية ذات الصفة التمثيلية وقد تم أولهما في نيسان/ أبريل 2001 وتم الثاني في كانون الثاني/ يناير 2004. وفي كل منهما كان هناك 2000 من الأشخاص البالغين على المستوى القومي طرحت عليهم أسئلة بشأن آرائهم(*). وبالإضافة إلى ذلك فقد أجرينا دورتين من مناقشات

(*) تم إجراء الاستقصاء في الفترة مابين 10 و26 نيسان/ أبريل 2001 بواسطة مركز البحوث الروسي باستخدام 110 من نقاط المعاينة الأولية و209 من القائمين بأعمال المقابلات. وكانت العينة ممثلة للسكان الحضر والريف بعد سن 18 في الاتحاد الروسي حيث ضمت حصصاً على أساس النوع والسن ومستوى التعليم. وتم تصميم العينة باستخدام التمثيل النسبي المتعدد المراحل مع اعتماد العينة العشوائية أسلوباً لاختيار =

الجماعات الضابطة قبل وبعد كل دورة من الانتخابات، ثم قمنا بتجميع الأدلة المصّورة بالفيديو بشأن الإعلانات السياسية والأخبار الوطنية. وكان أحد الكاتبين في روسيا يراقب انتخابات 1999-2000 كجزء من ممارسة للرصد تمت بواسطة المعهد الأوروبي لوسائل الإعلام، فكان أن أتيحت له فرصة لإجراء مقابلات مع المحررين الصحفيين ومسؤولي الإعلام الحكومي وممثلي الأحزاب ومرشحي الرئاسة، ومن ثم كان مراقباً رسمياً في كانون الأول/ ديسمبر 2003. أن الظروف الروسية لها طابعها المحدد بشكل واضح، ولكن روسيا ليست هي البلد الوحيد المتحوّل للديمقراطية الذي يضم سلطة تنفيذية قوية تهدد استقلالية وسائل الإعلام التي منحتها مجدداً امتياز العمل على صعيدها. وليست أيضاً البلد الوحيد الذي يضم اتفاقيات دولية تكفل حرية التعبير، وإن كانت هذه الاتفاقيات تبدو وكأن ليس لها سوى أثر محدود في مواجهة الطبقة السياسية الخادعة. فضلاً عن تركيز الملكية في يد الدولة أو أيدي عملائها، مع وجود مجتمع يبدو وكأنه

=الأسر المعيشية وآخر تاريخ ميلاد للأفراد في انتقاء المستجيبين ضمن هذه الأسر. أما الأسئلة فقد طرحت وجهاً لوجه مع الاقتصار على مقابلة واحدة في كل أسرة، وبما أوصل إلى ما مجموعه 2000 مقابلة. كذلك فقد قام المشرفون الميدانيون المحليون بفحص 20 في المئة من البيانات المستكملة وحضور 10 في المئة من المقابلات التي جرت في المدن الكبرى. وتم استخدام الاختبارات المنطقية المعيارية خلال تدوين وتنقية البيانات ونحن نعبر عن امتناننا للدعم الذي لقيناه من مجلس البحوث الاقتصادية والاجتماعية في المملكة المتحدة حيث قدم منحة بمبلغ 223133 روبل إلى سارة أوتز وستيفن وايت وجون دن من جامعة جلاسجو، ومنحة بمبلغ 230146 إلى ستيفن وايت ومارجوت لايت وروى اليسون من أجل إجراء المسح الاستقصائي في عام 2004 الذي تم بنفس الإشراف مع اتباع نفس القواعد المحددة. أما الدعم المقدم من أجل الجماعات الضابطة لعام 2004 فجاء من الأكاديمية البريطانية (37188 جنيه) ومن مؤسسة نافيلد (960 جنيه) ونحن ممتنون كذلك إزاء المساعدة التي قدمت لنا من جانب (Gillian McCormack and Katia Rogatchevskaia).

لا يبدي سوى تقدير محدود لقيم التوازن وعدم التحيز على نحو ما درجت عليه الميديا الإعلامية في البلدان الغربية. ونحن نخلص إلى بعض الأفكار العامة بشأن دور الميديا الإعلامية في مثل هذه الديمقراطيات الجزئية، من خلال التركيز على إدارة الانتخابات التنافسية الرسمية التي شهدت في غالب الأحيان ظاهرة السيطرة على الميديا كوسيلة تعطي لشاغلي المناصب أو للنظام القائم ذاته مزايا بغير استحقاق.

أنماط الاستهلاط الإعلامي

اضطلعت الميديا الإعلامية بدور مهم لصالح القيادة السوڤياتية من أجل إيجاد مجتمع شيوعي مكتمل. وقد كان لينين قد صرّح رغم كل شيء بضرورة أن تكون الصحيفة (مربياً ومحركاً ومنظِماً) وبعدها تم العمل بالرقابة على أساس"مؤقت" وذلك بعد يومين ليس إلا من قيام النظام الجديد (واستمرت الرقابة حتى عام 1990). وظل توزيع الصحف يزداد باطراد على مدار الفترة السوڤياتية. ومع أواخر عقد الثمانينات كانت الصحف هناك من بين الأعلى توزيعاً في العالم، وجاء الراديو ومن بعده التلفزيون ثم بلغت نسبة السكان الذين كانوا يستطيعون استقبال التلفزيون في عام 1960 نحو 5 في المئة من مجموع السكان. ولكن منذ أواخر الثمانينات كان أكثر من 90 في المئة من جميع الأسر المعيشية هناك تمتلك جهاز تلفزيون. أما المشاهدون الذين درجوا على متابعة البرامج الإخبارية المسائية فكانوا نحو 80 في المئة من السكان البالغين بمن في ذلك القوات المسلحة بأسرها (Mickiewicz 1988: 8). وبعد ذلك بعقد من الزمن أو نحوه، وفي أعقاب التغييرات الاجتماعية والاقتصادية التي صاحبت نهاية الحكم الشيوعي انخفضت بشكل حاد معدلات توزيع

الكتب والصحف (كانت الصحف في حال من استرداد بعض عافيتها ولكن معدلات التوزيع حسب الفرد من السكان أصبحت أقل من ربع ما كانت عليه في السنوات الأخيرة من عمر الاتحاد السوفياتي). بيد أن التلفزيون ظل يوسّع نطاق البث فيما كان معظم السكان بإمكانهم استقبال ثلاث قنوات على الأقل. وحتى في المناطق الريفية كان بوسع 98 في المئة تقريباً أن يستقبلوا قناة واحدة على الأقل منها (انظر الجدول 1.12).

قبل حلول السنوات التي أعقبت النظام الشيوعي، أصبح التلفزيون وسيلة الاختيار أمام الروس العاديين على نحو ماهو الحال في معظم المجتمعات المتقدّمة الأخرى. وكان هناك نسبة 92 في المئة تقريباً من المستجيبين إزاء الاستقصاء الذي قمنا به في ربيع عام 2001 ممن شاهدوا التلفزيون على الأقل عدة مرات في الأسبوع، وعادة ما كان ذلك لمدة ساعتين أو ثلاث ساعات في كل مرة بل وأكثر من ذلك في أيام عطلاتهم. كان هناك قناتان رئيسيتان تابعتان للدولة هما (التلفزيون الوطني، التلفزيون الروسي العام المعروف مؤخراً باسم برفي كنال أو القناة الأولى) ثم قناة RTR وهي راديو وتلفزيون روسيا، وهما الأكثر مشاهدة على نطاق واسع وتجتذبان مشاهدين كل يوم وسجلت لهما قرائن الاستقصاء الذي قمنا به نسبة مشاهدة بلغت 84 في المئة و71 في المئة على التوالي من مجموع السكان البالغين. ثم تليهما بالترتيب القناة التجارية الرئيسية أن. تي. في التي احتلت المركز الثالث وبلغت نسبة المشاهدة اليومية لها 53 في المئة ولكنها تزداد بصورة غير متناسبة في المناطق الحضرية (وصولها إلى المناطق الريفية مازال أقل نسبياً من حالة القناتين الرئيسيتين التابعتين للدولة). وعلى النقيض، انخفض توزيع الصحف بصورة حادة: الصحف المحلية

حسب ما أثبته الاستقصاء الذي أجريناه حافظت على قرائها الأكثر إخلاصاً ولكن مشاهدي التلفزيون بلغ حجمهم أكثر من 6 أضعاف قراء الصحف على المستوى القومي (الجدول 2.12) وبالمثل ففي عام 2004، كان هناك نسبة 22 في المئة ممن يقرؤون "بانتظام" صحيفة قومية في مقابل 82 في المئة ممن كانوا يشاهدون التلفزيون القومي مع نسبة 63 في المئة ممن كان يشاهدون التلفزيون المحلي على نفس الأساس.

تتوزع حالات القراءة والاستماع والمشاهدة بصورة متكافئة إلى حد ما، ولكن مع بعض التضاربات الملموسة؛ فمتوسطو العمر هم على الأرجح قارئو الصحف بانتظام على أساس استقصاءاتنا، ولكن لا يوجد سوى فرق طفيف نسبياً في مستويات المشاهدة عبر الفئات العمرية أو عبر حالات النساء والرجال أو المهن أو التحصيل العلمي أو نوعيات السكن.

ومع ذلك فثمة فروقات ملحوظة بين الجمهور الذي تعّود على مشاهدة القناة الأولى وبين منافستها التجارية؛ فمشاهدو القناة الأولى هم أكبر سناً إلى حد ما من المتوسط ولكن مشاهدي القناة التجارية هم أصغر سناً بفارق كبير. كما أن مشاهدي القناة التجارية أفضل تعليماً: 62 في المئة منهم كانوا قد أكملوا في ربيع عام 2001 تحصيل التعليم العالي مقارنة بنسبة 51 في المئة ببين صفوف جميع المستجيبين الآخرين للاستقصاء. كذلك فإن جمهور القناة التجارية يأتي في معظمه من موسكو. وثمة 87 في المئة من المستجيبين بالعاصمة ادعوا أنهم يشاهدون القناة التجارية بانتظام مقارنة بنسبة 53 في المئة في المدن الصغيرة ونسبة 36 في المئة في القرى (حيث تتعذر عملية استقبال القناة في كثير من الأحيان).

والمشاهدون في العاصمة كانوا يعتمدون في أرجح الأحوال على مجلة

إخبارية تبثها القناة المذكورة أسبوعياً على غرار ما تبثه القناة الأولى من نشرة عتيدة تحمل عنوان ڤرميا: وتلك أنماط شديدة الاختلاف عن نظيرتها بالنسبة إلى البلد في مجموعه.

وفيما عدا موسكو، لا يوجد تحديات خطيرة إزاء سيطرة القناة الأولى التي لا يقتصر أمرها على اجتذاب أكبر جمهور للمشاهدة النهارية، ولكن حتى النشرات المسائية تعد أيضاً الأكثر جاذبية ورواجاً بنسبة 71 في المئة من المستجيبين (نشرة فستي في التلفزيون الروسي Russian Television's Vesti) جاءت في المركز الثاني بنسبة 56 في المئة وكانت هي القناة التي ردد كثير من المستجيبين القول بأنهم "يفضلونها" على سائر المواد الأخرى) بنسبة 37 في المئة (القناة التجارية جاءت في المركز الثاني بنسبة 56 في المئة برغم أنها تبدو أكثر شعبية من القناة الأولى بين صفوف الذين يتاح لهم مشاهدة القناتين). أما قنوات الدولة، وفي مقدمتها القناة الأولى، فهي تقدّم البرامج الأكثر شعبية للأفراد، وأشدها جاذبية في إطار الاستقصاء الذي أجريناه في عام 2001 كان البرنامج الذي يحمل عنوان (ساحة العجائب) وهي لعبة لفظية تكاد تناظر برنامج "عجلة الحظ" ونالت نسبة 47 في المئة من المستجيبين (انظر الجدول 3.12) ثم جاء بعد ذلك برنامج KVN وهو لعبة فريق تتم بين الشباب وترجع إلى الفترة السوڤياتية. ويظهر البرنامجان، فضلاً عن جميع البرامج الأكثر شعبية على القنوات التابعة للدولة، وكلها، باستثناء برنامجين تذاع على القناة الأولى، بل إن المذيع مقدم برنامج "ساحة العجائب" يعد أكثر مقدمي البرامج شعبية على أي قناة هناك.

الجدول 1.12

ناتج وسائل الإعلام الروسية، 2003–1980

	السنة				
	1980	1990	1995	2000	2003
الإعلام المطبوع، عدد النسخ المنشورة					
الكتب (بالملايين)	1393	1553	475	471	591
الجرائد (بالملايين)	2488	5010	299	607	1164
الصحف (بالملايين)	29	38	9	7	6
تغطية التلفزيون					
نسبة مئوية من السكان	87	98	99	98	99
نسبة مئوية من المشاهدين ممن يستقبلون أكثر من 3 قنوات	17	37	65	73	75

المصدر: أرقام مستقاة من Rossiiskii 2003: 265, 468.

حاشية: التوزيع في السنة الميلادية 2002 واستقبال التلفزيون في نهاية السنة المذكورة.

الجدول 2.12

استهلاك الإعلام الروسي، 2001

تواتر القراءة/ المشاهدة (نسبة مئوية من المستجيبين)						
	يومي	متواتر	أحياناً	نادرا	إطلاقا	لا أعرف
الصحف						
القومية	12	24	23	16	25	0
المحلية	17	40	19	10	13	0
التلفزيون						
القومي	77	15	4	2	2	0
المحلي	49	22	9	5	11	4

المصدر: استقصاء المؤلفيْن بواسطة معهد البحوث الروسي نيسان/ أبريل 2001 (الحجم=2000) .

حاشية: متواتر يتم تعريفه بمعنى عدة مرات أسبوعياً، وأحياناً عدة مرات شهرياً، ونادراً عدة مرات سنوياً.

وفي إطار تناول جميع مصادر الإعلام في مجموعها، فإن تلفزيون الدولة يتم النظر إليه على أنه الأكثر حيدة وموثوقية (65 في المئة مقارنة مع 18 في المئة ممن ذكروا أن ذلك ينطبق على الصحافة الوطنية في حين أن 14 في المئة ذكروا أن الأمر ينصرف إلى الأسرة والأصدقاء وهناك 13 في المئة فقط ممن ذكروا أنه التلفزيون التجاري). وكانت القناة الرئيسية التابعة للدولة- القناة الأولى هي تلك التي تَعَامل معها معظم المستجيبين على أنها جديرة بالثقة في تغطيتها الإخبارية (33 في المئة تبنوا هذا الرأي مقابل 25 في المئة ممن اختاروا القناة التجارية و13 في المئة ممن اختاروا قناة

RTR) والسؤال هو: لماذا فضّل المشاهدون القناة المذكورة أعلاه؟ بالنسبة إلى أكبر الأعداد منهم جاء ذلك لأنها تتمتع بأفضل تغطية للأخبار (85 في المئة) بالمقارنة مع أفضل الأفلام (40 في المئة) أو أفضل مصادر الترفيه (32 في المئة) وبالمثل كان المستجيبون يجنحون على الأرجح إلى وضع ثقتهم في قناة يصفونها بأنها "تعرض الحقائق" (54 في المئة) برغم أن بعضهم قال إنه يثق في القناة ببساطة لأنها "تخرج عن المألوف" (21 في المئة) أو بشكل أوضح لأنها "قناة الدولة" (18في المئة). وفي الوقت نفسه كان هناك حالة من التشكك الواضح بشأن موضوعية البرامج الإخبارية ككل، بل كان ثمة ميل إلى مشاهدة أكثر من برنامج إخباري واحد على أكثر من قناة: ما يزيد على الخُمس (22 في المئة) كانوا يفعلون ذلك باستمرار، وما يصل إلى النصف (46 في المئة) كانوا يفعلون ذلك بين وقت وآخر.

الجدول 3.12

أكثر برامج التلفزيون شعبية بين المستجيبين للاستقصاء في عام 2001

	القناة	نسبة اختيار البرنامج
ساحة العجائب	ORT	47
نادي المرح والذكاء	ORT	43
مخرجي الخاص	RTR	43
كن في انتظارى	ORT	41
كيف تصبح مليونيراً	ORT	39
أسرتي	RTR	39
عالم الحيوان	ORT	34
نادي المسافرين	ORT	31

المصدر: استقصاء المؤلفيْن الذي أجراه معهد البحوث الروسي، نيسان/

أبريل 2001 (الحجم=2000) وقد طرح على المستجيبين السؤال: ما هو برنامجك المفضل؟ وعرضت عليهم بطاقة تحوي 27 برنامجاً مزودة بإمكانية إضافة خيار آخر، وتم تسجيل جميع الاستجابات الإيجابية.

حاشية: التلفزيون الروسي العام/ القناة الأولى، (RTR) راديو وتلفزيون روسيا.

التلفزيون والانتخابات الروسية

كان لنا اهتمام خاص بتغطية الانتخابات لعضوية مجلس الدوما (البرلمان) في كانون الأول/ ديسمبر 1999 وكانون الأول/ ديسمبر 2003 حيث أشارت تقارير الرصد وكذلك البحوث التي أجريناها قبل ذلك إلى أنها كانت منحازة بصورة شديدة لصالح الكرملين (European Institute for the Media 2000a; Oates and Roselle 2000, Organization for Security and Cooperation in Europe 2004: 14-17). وكانت حملة انتخابات الدوما بالذات تتميز بتراجع جديد حيث دمغ تلفزيون الدولة المتنافسين الرئيسين على رئاسة الكرملين بأنهم مجرمون بل ومشاركون في جرائم القتل وعملاء لدول أجنبية وخاصة إسرائيل والولايات المتحدة. وكثير من هذا كان من صنع رئيس الوزراء السابق إيفغيني بريماكوف (Evginii Primakov) في سنواته المتقدّمة (احتفل بعيد ميلاده السبعين خلال الحملة) وكذلك من صنع شعار حملته (كائن خرافي ملطخ بالدماء يعرض تمويهاً على الشاشة) وفي الوقت نفسه فإن مؤيدي الكرملين، وممن كانت أصواتهم تتجه على الأرجح لنزع التأييد عن منافسيه – لم ينالوا سوى اهتمام غير متناسب (الصحفيون أنفسهم في مقابلاتهم مع المعهد الأوروبي لراصدي الميديا الإعلامية لم يبذلوا جهداً

لإنكار التحيز في تغطيتهم، برغم أنهم أضافوا في معرض الدفاع أن داعية القومية فلاديمير زيرونفسكي كان شخصية جذابة على شاشة التلفزيون). والحاصل أن كان هناك قدر أقل من المادة المتحيزة أو ما يمكن تسميته بالألاعيب القذرة بشكل عام خلال حملة انتخابات الدوما في كانون الأول/ ديسمبر 2003. وكان المراقبون قد عثروا مرة أخرى على قرائن تشهد بتحيزات واسعة لصالح الأحزاب والمرشحين من مؤيدي النظام. وبشكل عام خلصت بعثة منظمة الأمن والتعاون في أوروبا إلى أن الميديا الروسية "فشلت" في تقديم تغطية غير متحيزة أو نزيهة للحملة الانتخابية، وكان ذلك يصدق بالذات على الاتجاه الغالب لوسائل إعلام الدولة من حيث إبداء تحيز واضح لصالح روسيا المتحدة (وهو الحزب الرئيسي المؤيد للكرملين في هذه الانتخابات) وضد الحزب الشيوعي للاتحاد الروسي (16 :2004) وعلى سبيل المثال فإن روسيا المتحدة حظيت بنسبة 19 في المئة من التغطية الإخبارية السياسية والانتخابية في القناة الأولى وكانت كلها تغطية إيجابية أو محايدة، ومن ثم فقد فاز الحزب بأكثر من ثلث التصويت في القائمة الحزبية في الانتخابات ذاتها، في حين أن الحزب الشيوعي تلقى 13 في المئة في التغطية وكانت معظمها تغطية سلبية مما ترك الحزب المذكور في موقع ثان وعلى مبعدة واسعة من المركز الأول. ثم كان هناك أنماط مماثلة على القناة الثانية التابعة للدولة وعلى مركز التلفزيون وهو قناة خاضعة لسيطرة سلطات موسكو برغم أنه كان هناك صورة أكثر توازناً على قناة موسكو التجارية وسائر القنوات التجارية الأخرى.

ولم يكن من شك على مدار فترة ما بعد الشيوعية بأسرها في أن التلفزيون كان يشّكل المصدر الرئيسي للمعلومات التي استقاها الناخبون

في هذا المضمار. ولما كانت الصحف القومية توزَّع في النادر خارج المدن الكبرى، فضلاً عن أن البلد يمثل سُبع مساحة الكرة الأرضية، فلم يكن من مناص أن يكون الحال على النحو المذكور. وفي أعقاب انتخابات الدوما في كانون الأول/ ديسمبر 1999 كانت نسبة 43 في المئة من جميع المستجيبين قد أوضحت أن القنوات الوطنية التابعة للدولة هي مصدرها الرئيسي للمعلومات لدى الاختيار بين صفوف المرشحين والأحزاب، فيما ذكرت نسبة قليلة للغاية الصحف القومية (2 في المئة) ثم التلفزيون التجاري (أيضاً 2 في المئة) أو محطات التلفزيون المحلية التابعة للدولة (أقل بشكل طفيف من نسبة 2 في المئة). وفي كانون الأول/ ديسمبر 2003 عاد تلفزيون الدولة ليمثل المصدر الذي قدّم أكبر كميّة غالبة من المعلومات من أجل الناخب الروسي) 40 في المئة حددوا القنوات الوطنية التابعة للدولة على أنها أهم مصادرهم إضافة إلى نسبة 3 في المئة ذكرت القنوات المحلية التابعة للدولة). واقتصر الأمر على نسبة 3 في المئة ممن ذكروا الصحف، ثم نسبة 2 في المئة فقط ذكروا التلفزيون التجاري. والسؤال هو: هل كان مهماً في ظل هذه الظروف أن يخصص تلفزيون الدولة جانباً غير متناسب من اهتمامه لصالح الأحزاب المؤيدة لسلطة الكرملين ومرشحيها؟

إن الأدبيات الصادرة حتى الآن اتخذت كلا الرأيين: كولتون (Colton) في دراسة تركز على الدورة الانتخابية 1995-1996 وجد أن العمليتين الانتخابيتين لم تشهدا استهلاكاً للإعلام بوصفه عنصراً محدداً ومهماً للسلوك الانتخابي (65 :2000): ولكن هذه كانت ملاحظة ترتبط بالتلفزيون بشكل عام وليس بالتلفزيون الحكومي والتجاري على التوالي، وكان في ذلك تمييز جوهري في الانتخابات التي كانت أساساً محل اهتمام

من جانب كل من روز ومونرو (Rose & Munro) في دراسة ركزت على الدورة الانتخابية في الفترة 1999- 2000 فوجدت بنفس القدر أن التلفزيون صنّفه المستجيبون للدراسة من حيث العناصر التي حسمت ما يفعلونه إزاء انتخابات الدوما، في مرتبة "لا شيء" وقبله كانت تجربتهم الشخصية (2000:125). ولكن التلفزيون ما لبث أن اتسم بأهمية واضحة وحاسمة في تمكين حزب روسيا من ضمان ربع الأصوات في القائمة الحزبية خلال ما لا يزيد عن ثلاثة أشهر من تأسيسه. ومن هنا وصفوه بأنه "الحزب الإذاعي" (Oates 2003)". وأخيراً فإن المحللين بمركز عموم روسيا لدراسة الرأي العام وجدوا أن هناك مستوى مرتفعاً بالذات من الثقة في وسائل الإعلام الجماهيرية بين صفوف الحزب المذكور الذي قدم بدوره "قرائن مثيرة عن الدور الرئيسي الذي لعبته الميديا الإعلامية في تحقيقه نتائج جيدة خلال الانتخابات" (Sedov 2000: 33). وفي هذا الفصل فنحن نهدف إلى المضّي بالنقاش قُدماً حيث نستند باستمرار إلى قرائن نوعية وكميّة جديدة مع التركيز على انتخابات الدوما التي جرت في كانون الأول/ ديسمبر 1999ثم في كانون الأول/ ديسمبر 2003.

دور وسائل الإعلام في انتخابات الدوما لعام 1999 وعام 2003

القرائن النوعية

قرائننا النوعية مستقاة من الجماعات الضابطة التي تم تكليفها في كانون الثاني/ يناير 2004 في المواقع الأربعة المختلفة (في وسط روسيا: أوديتتسوفو (Odintsovo) كولومنا (Kolomna) وكلاهما من

مناطق موسكو ثم رايزان (Ryazan) وهي عاصمة إقليمية إضافة إلى نوفوسبرسيك (Novosibirsk) وهي عاصمة غربي سيبيريا) وكل من المجموعات كانت تضم ثمانية أو تسعة من المشاركين ويكاد يكونون جميعاً في سن العمل مع توزيع متكافئ بين الذكور والإناث. وتمت المقابلات لصالحنا بواسطة معاونين روس يعملون من أجل تكوين قائمة من الدوافع المتفق عليها مقدماً وفي كل حالة كنا نتلقى صفحات مخطوطة وقرصاً إلكترونياً إلى جانب تعليقات القائم بالعملية.

وكما لاحظ كروغر (Krueger) فإن الجماعات الضابطة "تقدّم نوعية خاصة من المعلومات "لأنها" تتداخل ضمن تفاعلات الحياة الحقيقية للناس، وتتيح للباحث التواصل مع مدركات ومواقف وآراء المشاركين بطريقة لا تتيحها سائر الإجراءات الأخرى" (1994: 238)، كما أنها تنطوي على جهود خاصة عندما تكون الافتراضات الثقافية المحلية مختلفة عن افتراضات الباحث وعندما يتم فحص المواقف المعقدة والمتعددة نسبياً.

طرحنا أولاً السؤال بشأن تصورات المستجيبين إزاء "المناظرات المذاعة على التلفزيون" وكانت تشكل سمة معينة في حملة انتخابات الدوما لعام 2003 وأفادت نسبة 45 في المئة من مجموع الناخبين بأنها شاهدت هذه المناظرات (*Izvestiya*, 8 December 2003: 2).

في أودنتسوفو جاءت الاستجابات مختلطة، فقد ذكر ألكسي (Aleksei)، وهو برتبة ميجور في القوات المسلحة أنه لم يشهد شيئاً منها: "ليس لدي وقت"، ولا فعلت ذلك ربة البيت إلفيرا (El'vira) شيء

ممل على أية حال فالأولاد لا يتركون لي وقتاً كافياً. "أما فيدور (Fedor) المتقاعد من السلك العسكري فقد تحوّل على الفور إلى قناة أخرى عندما كان يصادف إذاعة المناظرات لأنهم "جميعاً كانوا يكذبون". ولكن معظم المشاركين معنا كانوا قد أولوا المناظرات قدراً من الاهتمام على الأقل. وعلى سبيل المثال فالمهندس فلاديمير شاهد "كثيراً" من المناظرات المتلفزة" : أولاً لأنها كانت مثيرة للاهتمام وبذلْتُ جهداً خاصاً لمشاهدتها ولكن بعد ذلك تملّكني السأم إذ كانوا جميعاً يقولون نفس الشيء. ولكن الذي أثار ازدراءه بالذات هو الأحزاب القزمية التي لم يكن لها أي مساندة انتخابية تذكر. وهو يتساءل: لماذا وضعوها في مصاف الآخرين وأعطوها وقتاً على الهواء؟ أما لودميلا (Lyudmila)، وهي متقاعدة في الخمسينات من عمرها فقد كانت تفكر بطريقة أخرى وكانت تستبعد بشكل خاص "الديمقراطيون" وبوريس نمتسوف وإيرينا خاكامادا (Irinna Khakamada) وأناتولي شوبيس (Anaatolii Chubais) الذين كانوا أول ثلاثة مرشحين على القائمة التي طرحها اتحاد قوى اليمين :لقد استبعدتهم على الفور، فأنا أبغضهم لأنهم باعة كلام ثم أعربت عن شعورها بأن الحوارات ذاتها افتقرت إلى "الأمانة".

ماريا (Mariya)، وهي معلمة في مدرسة ولاتزال في الثلاثينات من العمر كانت متعاطفة بشكل عام مع يلوكو وعمدت إلى التمييز بين البرامج التي تم بثها على القنوات الرئيسية وبرامج الحوارات على القناة التجارية. وذكرت أن النوعية الأولى من البرامج كانت "شديدة الإملال" إذ كان زعماء الأحزاب على غير استعداد جيد لمناقشة القضايا المهمة، ومنها مثلاً الميزانية أو نظام الضرائب، ومن ثم فقد "تخبطوا على الفور" لدى دعوتهم

لتجاوز الملاحظات التي كانوا قد أعدّوها من قبل. أما زعماء الأحزاب الراسخة فكانوا أفضل بكثير حيث كان لهم سحرهم على القناة التجارية. ومع ذلك فكان من دواعي الأسف أن لم يَعمد أي منهم إلى تحاشي مراكمة وابل السباب الموجه إلى منافسيهم. من ناحيته فقد حاول ألكسندر، وهو مهندس في الأربعينات من عمره، أن لا تفوته أي مناقشة واحدة وإن ذكر أن المناقشات شابتها بالتأكيد "حالات من القذارة البالغة" (Too Much Dirt) ، حيث كان زيرينوفسكي المرشح القومي الراديكالي شديد العداوة، ولكنه كان يميل بشكل عام إلى إعطاء الحوارات تقييماً إيجابياً: لم يكن هناك ما يثير الإعجاب ولكن كان القوم قادرين على الأقل على التعبير عما يفكرون به. "أما بوريس، وهو سائق جرار في الستينات من العمر، فقد شارك نفس هذه الأحكام المختلطة حيث كان يشاهد الحوارات" بين حين وآخر "ولكن أساءت إليه حالة قلة التهذيب". كان المرشحون يسلكون سبيل التهكم على بعضهم البعض بل يسبون بعضهم بعضاً ما استطاعوا إلى ذلك سبيلاً. وكان من سوء الحظ مشاهدة ما يفعلون، وهكذا حاوْلتُ أن أتجنب مشاهدة الكثير من تلك المادة وإن شاهدت بعضاً منها.

الآراء في مدينة رايزان الإقليمية غطّت نفس المنظور، وها هي لاريسا (Larisa)، وهي محاسبة في الثلاثينات تعرب عن رأيها في أن الحوارات كانت تدعو للملل ولم تكد تتذكر مَن شارك في تلك الحوارات، بينما لم تتذكر روكسانا (Oksana)، وهي معلمة موسيقى في الأربعينات أكثر من مجرد سياق "لا يعدو كائنات مملة تردد نفس الأقاويل". وأعرب نيكولاي (Nikolai)، وهو عامل في الأربعين عن دهشته إزاء ما شاب تلك الحوارات من انخفاض في المستوى: ألم يكن لديهم في واقع الأمر صانعو الصورة

المذاعة أو أياً كانت تسميتهم لكي يكتبوا لهم خطباً جيدة؟ وذكر أن واحداً من أصدقائه في موسكو استفاد كثيراً من الانتخابات لدرجة أن كان قادراً على شراء سيارة. ومع ذلك، وكما حدث في أودنتسوفو، كان هناك أحكام أكثر إيجابية، حيث أن إيزاك (Isaak)، وهو باحث في أواخر أربعينات العمر يقول: لقد أصغيت باهتمام إلى كل شيء قاله ممثلو يبلوكو وقوى اليمين. أما لودميلا وهي متقاعدة في الستينات من العمر، فقد أعربت عن تفضيل خاص لزعيم يبلوكو غريغوري يافلنسكي وذكرت أنها كانت دائماً تصغي إليه باهتمام عندما يكون على الهواء – ولكن لأمر ما لم يسمحوا له بأن يظهر كثيراً. أما ألكسندر وهو مقاول في أواخر الأربعينات فهو يمثل نوعية أخرى ممن أعجبوا بممثلي يبلوكو والقوى اليمينية ورودينا (الوطن الأم) في حين أن زيرونوفسكي على النقيض "لعب ببساطة دور الأحمق ودأب على توجيه الإهانات برغم ما تكشّف من أن كان موضع إعجاب الكثيرين". و "أعربت فيرا، وهي ربة منزل في الأربعينات عن الحماس الذي استبد بها لدرجة أن ارتفع ضغط الدم لديها". وساعتها تعاطيت عقاراً مهدئاً ولكن لم أكن رغم ذلك قادرة على أن أخلد إلى الهدوء على مدار وقت طويل".

في كولومنا كانت الآراء أكثر إيجابية بكثير. ومرة أخرى فهناك البعض ممن وجدوا أن من عوامل الازدراء أن يروا ممثلين للجمهور وهم يتراشقون بالألفاظ. وهناك آخرون ممن تصوروا أن الحوارات كانت على الأقل مثيرة للاهتمام في بعض الأحيان على نحو ما تفعله المسلسلات المكسيكية وحتى لو كانت الحوارات السياسية ذات أهمية محدودة كما ذكرت ناتاليا (40 سنة وتعاني من البطالة المؤقتة) باعتبار أن السياسيين

يمكن عندما ينتقدون فهم ينحدرون أحياناً إلى مستوى الفضائح. أما ليونيد (Leonid)، وهو مدير تجاري في أواخر الأربعينات فلم يكن لديه من الوقت لكي يخصصه لمشاهدة الإذاعات التي كانت تعرض السياسيين وهم يقرأون من نصوص معدة سلفاً وإن كان يظن بدوره أن المحاورات المتلفزة تمثل "عرضاً تلفزيونياً جيداً" وخاصة البرامج التي كانت تجمع المرشحين الكبار وجهاً لوجه. ووافق على ذلك فلاديمير وهو مبرمج حاسوب في الخمسينات وإن أضاف أن كانت البرامج بوسعها أن تتسم بمزيد من التشويق حتى بأكثر من الأفلام الثقافية وخاصة عندما كانت العواطف يتم إثارتها "أنت تشاهد، وفجأة تشعر وكأنك تعاطيت حقنة أدرينالين". من ناحيته يذكر فيكتور وهو مدير في أواخر الأربعينات "أنه لم يشهد شيئاً مثيراً كهذا على مدار وقت طويل وخاصة المناظرات التي عرضوها على شاشة التلفزيون التجاري وشارك فيها زيرونوفسكي". "يصعب عليك أن تتوقع سماع أي شيء جديد ومع ذلك فقد كانت الإثارة قوية ولم أستطع إطلاقاً أن أغلق الجهاز".

لقد أولينا الاهتمام كذلك بالتصورات المتصلة بتأثير ودور التلفزيون في انتخابات كانون الأول/ ديسمبر 2003: في أودنتسوفو ذكر فلاديمير أنه كان يظن أن الصحافة أكثر ديمقراطية من التلفزيون الذي يخضع "لسيطرة السلطات". وعلى سبيل المثال فلم يشارك حزب روسيا المتحدة في المحاورات التلفزيونية ولكن زعيمه بوريس غريزلوف (Boris Gryzlov) كان يظهر دائماً في البرامج. وقد اتفق ألكساي على أن الميديا المطبوعة كانت أكثر موضوعية ربما لأنها أرخص سعراً وهو بذلك كان فرداً آخر ممن لم يساورهم الشك في أن وسائل الإعلام الجماهيرية كان

لها تأثير فعال على الانتخابات برغم أن "تولّد لديه الانطباع بأن الحزب القابض على السلطة عمد إلى الاستغلال الفعال لجميع الفرص المتاحة". على ذلك فقد ساد سخط خاص إزاء مشهد زعماء قوى اليمين وهم يسافرون عبر البلاد جواً بينما قطعت الكهرباء عن دور المسنين بل وعن القواعد العسكرية: إن دعايات من هذا القبيل كانت تقوم بدور "حاسم وسلبي" ثم أن المال كان يشكل بديلاً مهماً بالتأكيد وقد أدى دوره فعلاً على نحو ما أوضح إيغور قائلاً من يدفع أكثر هو الذي يشارك في هذه المناظرات المذاعة، وهذه المشاهد هي التي يظهر فيها مَن يملك المال بوفرة عن الجميع والذين يملكون هذه الوفرة من المال يحظون ببرامج أفضل مستوى.

هناك أيضاً آراء أكثر تمييزاً. وعلى نحو ما أوضح واحد من المشاركين في رايزان أنه برغم عدم مشاركة حزب روسيا المتحدة في المناظرات المتلفزة إلا أن الحزب فاز بانتصار حاسم ورغم أن أثر وسائل الإعلام كان مهماً بوضوح ولكن كان هناك أيضاً أهمية العوامل الأخرى، ومن ذلك مثلاً "مورد الإدارة وقدرة السلطات على استخدام سيطرتها على آلة الدولة". وبالنسبة إلى إيزاك، فقد كان جزء من المشكلة يتمثل في الجمهور نفسه ممن لم يكن لديهم نفس الاهتمام بالمقترحات المعدة جيداً بقدر الاهتمام بالشعارات الجوفاء المرفوعة على نحو ما طرحه زيونوفسكي وغيره من القوميين، حيث أن الناس العاديين يأخذون للأسف هذه الشعارات الشعبوية الخالصة مأخذ التسليم. "فمن المذنب على نحو ما تساءل ألكسندر". إذا كانت العبارات العميقة الصادرة عن الساسة المتصفين بالرصانة لا ينجم عنها أثر حقيقي بينما يحقق النجاح الأساليب التي تقوم

على الثرثرة الجوفاء فضلاً عن توجيه السباب؟ مع ذلك وبشكل عام، لم يكن هناك سوى القليل من الشك في أن الميديا الإعلامية كانت عاملاً له أهمية هائلة في صياغة الخيارات الانتخابية. ويبقى السؤال هو: كيف يمكن لها أن تكون على خلاف ذلك، فقد تساءلت قائلة في بلد كبير كهذا كيف السبيل إلى أن يعرف الناخبون العاديون أي شيء عن زعماء القائمة الحزبية لأنهم يعيشون في معظمهم في موسكو؟

ولم يكن من شك كبير أيضاً في أن التحيزات الشديدة خلال التغطية الإعلامية كانت تعكس مشورة الكرملين وبالذات ما يتعلق بالمعاملة التفضيلية لحزب روسيا المتحدة وروسيا الأم (الذي كان ينظر إليه كوسيلة لحرمان الشيوعيين من الأصوات). وكما ذكرت فيرا في ريزان "فقد كان من الصعب على أية حال إيجاد مرشحين من الأحزاب والكتل الأخرى. ولكن مثل مرشحي الحزب الشيوعي لم يغادروا الشاشة قط إن نفوذ السلطات كان واضحاً بطرق أخرى أيضاً. وعلى سبيل المثال لدى اختيار الأفلام التي يتم عرضها خلال فترة الانتخابات وهو ما عكس بصورة عامة نظرة سلبية إزاء الفترة السوڤياتية وقد ساد انشغال بشأن قيام الحملة التي تم شنّها ضد الحزب الشيوعي حتى من جانب الذين لم يشاركوه آراءه. وهنا يقول ليونيد في كولومنا": لم تُرْق لى المناورات المكشوفة التي باشرها حزب السلطة "لقد تم استخدام الفترة السوڤياتية بأكملها للتقليل من شأن الشيوعيين حتى من دون أن يكون لذلك أي صلة مباشرة بالحملة الانتخابية إذ جرى اتهامهم بروابط مع الأقلية المستغلة" وبشكل عام بدا لي الأمر أن الميديا كانت ظالمة للغاية فيما يتصل بالشيوعيين".

القرائن الكميّة

إضافة إلى المجموعات الضابطة التي استخدمناها فقد أجرينا اثنين من الاستقصاءات الوطنية التمثيلية، أولهما في نيسان/ أبريل 2001 والثاني باستخدام نفس الأسئلة في كانون الثاني/ يناير 2004 أي فور انتهاء التصويت في انتخابات الدوما. أما القرائن الكميّة فهي تؤكد بصورة عامة الانطباعات المستقاة من المجموعات الضابطة التي استخدمناها، وتوحي بطرق شتى بأن الآثار الإعلامية كانت كبيرة في حالة عمليتي الانتخابات البرلمانية. وكانت دراسة الآثار الإعلامية، وخاصة على أساس قرائن الاستقصاء موضع خلاف. وعليه فنحن نراعي بوضوح تدفقات الأسباب التي طُرحت في كلا الاتجاهين ونتبع في ذلك ما فعله ماكويل حين ذهب إلى أن الآثار الإعلامية تتسم بطابع عام وأن وقعها له أهميته الخاصة خلال فترات الأزمات. ولكن الاتجاه والدرجة والاستمرار وإمكانية التنبؤ بالأثر هي في مجملها أمور يتسم كل منها بأنه غير مؤكد ولا بد من إثباته حسب كل حالة على حدة (2000: 422, 447). وسوف يكون من الغريب بالتأكيد إذا لم تكن الآثار الإعلامية واضحة في الانتخابات الروسية لعامي 1999 و2003 وذلك في ضوء الاعتماد الشديد للناخبين على التلفزيون كمصدر للمعلومات والتحيز الموثّق جيداً من حيث كميّة وطبيعة تغطية هذه الوسائل على مستوى الموسمين الانتخابيين.

طرحنا السؤال أساساً بشأن أسلوب تصويت المستجيبين في شهر كانون الأول/ ديسمبر 1999. وقارنا ذلك مع مصدر المعلومات الذي ذكر المستجيبون أنه كان الأكثر أهمية لديهم عند تشكيل قراراتهم في الانتخابات ثم سجلنا النتائج في الجدول 4.12 وفي انتخابات الدوما التي جرت في

كانون الأول/ ديسمبر 1999، لاحظنا بالفعل أن تلفزيون الدولة كان أهم مصدر وحيد لمعلومات الناخبين. ولكن، وعلى نحو ما يوضح الجدول 4.12 فإن تلفزيون الدولة كان أكثر أهمية بالنسبة إلى حزب الوحدة المدعوم من الكرملين بالمقارنة مع جميع منافسيه الرئيسيين. وفي المقابل فالتلفزيون التجاري جاءت أهميته أكثر إلى حد كبير بالنسبة إلى حزب روسيا الأم - عموم روسيا وهو أكبر من تحدي الكرملين وكذلك بالنسبة إلى الأحزاب الليبرالية وحزب يبلوكو واتحاد القوى اليمينية.

في كانون الأول/ ديسمبر 2003 تجلت مرة أخرى روابط قوية واضحة، فمؤيدو حزب روسيا المتحدة، وهو التجمع الرئيسي المؤيد للكرملين دخل المنافسة تحت شعار "متآزرون مع الرئيس". وكانوا على الأرجح يستقون المعلومات الأكثر أهمية بالنسبة إلى قرارهم التصويتي من تلفزيون الدولة. أما مؤيدو حزب عموم روسيا الأم فكانوا يعتمدون كثيراً على تلفزيون الدولة وكذلك كان مؤيدو حزب زيرونوفسكي الديمقراطي الليبرالي الذي كان باستمرار مؤيداً للكرملين. أما مؤيدو الحزب الشيوعي، وكان في ذلك الوقت موضع تغطية معادية بصورة عامة في الميديا التابعة للدولة، فقد كانوا عند التطرف الآخر. ومن الأرجح إلى حد كبير أن كانوا متأثرين بعوامل أخرى. وهذه الروابط أدت إلى سيادة حالة واضحة وقوية مؤداها أن كان ثمة آثار قوية معززة تربط بين تلفزيون الدولة والأحزاب المؤيدة للكرملين في كلا الانتخابين ومن النوع الذي أدى بصورة خطيرة إلى تقليل الفرص أمام المنافسين الرئيسيين.

أن الروابط القوية من هذا النوع لا تمثل بحد ذاتها دليلاً على علاقة سببية، فمؤيدو حزب الوحدة وحزب روسيا المتحدة ربما يكونون قد

شاهدوا المزيد من محطات التلفزيون، وذكروا أنهم استرشدوا بذلك في اتخاذ قراراتهم الانتخابية. ولكن هل كان هناك تأثير لمحطات تلفزيون الدولة على خياراتهم، أو أنهم جذبتهم بشكل طبيعي القناة التي كانت تقدّم أكثر التغطيات تعاطفاً مع الحزب الذي يفضلونه في المقام الأول؟ بنفس القدر، هل كانت مشاهدة قناة إن. تي. في التجارية تنطوي على فَرْق بالنسبة إلى التأييد الانتخابي للذين كانون يحّبذون أحزاب روسيا الوطن وعموم روسيا ويبلوكو على الأقل في عام 1999 على نحو ما انعكس ببساطة في واقع الخيارات التي كانوا يرتبطون بها. هناك حدود للمدى الذي يمكن أن يجعلنا نحسم هذه المسائل ضمن نطاق تصميم مطروح لاستقصاء علمي. ومع ذلك فثمة تحليل ارتجاعي، وهو يتيح لنا أن نوضح الأهمية النسبية للعوامل المختلفة التي تبدو وكأنها أسهمت في خيارات التصويت بما في ذلك تلفزيون الدولة والتلفزيون التجاري، وبوسعنا أن نطرح القرائن المرتبطة بهذه المسألة في الجدولين 5.12 و6.12.

ومن الواضح أن العوامل التقليدية هي التي أحدثت الفرق في انتخابات الدوما في عام 1999 ومرة أخرى في عام 2000. فالسن كان من المرجح أن يزيد من تأييد الحزب الشيوعي، ولكن كان سيقلل التأييد لحزب الوحدة واتحاد قوى اليمين والديمقراطيين الليبراليين بزعامة زيرونوفسكي الذي كسب كالعادة المزيد من التأييد من جانب الناخبين الذكور. كما أن الشيوعيين كانوا يعتمدون أكثر من غيرهم على مَن يعانون البطالة. ومع ذلك فالآثار الإعلامية كانت أكثر تجلياً. وفوق هذا كله فالذين ذكروا محطات التلفزيون التابعة للدولة على أنها المصدر الرئيسي في تشكيل قراراتهم التصويتية كانوا على الأرجح سيصّوتون لحزب الوحدة

بعيداً عن أي ملابسات أخرى. والذين كانوا يشاهدون التلفزيون التجاري كانوا أبعد عن هذا الأمر بكثير. كما أن تلفزيون الدولة كان على الأرجح كفيلاً بتقليل التأييد لصالح يبلوكو. ولكن التلفزيون التجاري كان على الأرجح سيزيد هذا التأييد. والذين اعتمدوا على تلفزيون الدولة كانوا جديرين بأن يتراجع تأييدهم للشيوعيين أو لحزب الوطن الأم – عموم روسيا وكانا في مواقع معارضة الكرملين والقنوات الإعلامية التي يسيطر عليها. من هنا فإن مشاهدة التلفزيون كانت أمراً أهم بكثير من أي شيء في هذا الصدد باستثناء عنصر العمر لدى التنبؤ بتأييد حزب الوحدة وأهم بكثير في التنبؤ بتأييد يبلوكو (برغم أن كان أثرها محدوداً بالنسبة إلى تأييد الديمقراطيين الليبراليين). وكانت هناك آثار مماثلة وإن أقل وضوحاً في كانون الأول/ ديسمبر 2003 إذ عادت مسألة السّن لتؤثر من جديد: فقد ساعدت الشيوعيين وحزب روسيا الأم بينما مارس حزب روسيا المتحدة وإلى حد ما الديمقراطيون الليبراليون تأثيراً أقل بصورة غير متناسبة على الفئات العمرية الأصغر سناً.

كان الناخبون الذكور على الأرجح يختارون انتخاب الشيوعيين فيما كان اختيار الناخبات الإناث لروسيا المتحدة، كما جاءت عوامل السكن والتعليم وحالة التوظيف ودخل الأسرة لتشكل فروقاً محدودة للغاية على الأقل من الناحية الإحصائية. ولكن مرة أخرى فإن الارتباط بين مصادر المعلومات والاختيار التصويتي كان ارتباطاً وثيقاً وجاء في الاتجاه الذي تنبأنا به؛ فالناخبون الذين كانوا يعتمدون كثيراً على تلفزيون الدولة كانوا على الأرجح يصّوتون لصالح روسيا المتحدة في حال تساوي جميع الظروف وليس لصالح الحزب الشيوعي. والناخبون الذين كانوا

يعتمدون على التلفزيون التجاري كان صوتهم يذهب على الأرجح لدعم يبلوكو والديمقراطيين الليبراليين حيث كان التأثير محدوداً على الجانبين. وباستثناء الشيوعيين، كان هناك نسبة صغيرة نسبياً من الاختلاف يفسّرها واحد من هذين النموذجين. ومع ذلك فقد سعينا إلى تنقية عنصر السبب المتبادل في هذه الظروف عندما أجرينا عملية ارتجاع على مرحلتين لم نذكرها في السياق الحالي انظر (White et al. 2005) مما يسمح لنا بأن ندعي بتوافر قدر من التأكد بأن الآثار الإعلامية التي دللنا عليها من المستبعد أن تكون آثاراً هامشية.

واتساقاً مع توقعاتنا فإن التلفزيون في هذه الحالة يكون قد نجم عنه أثر رئيسي، وإن كان انتقائياً بالنسبة إلى التصويت في عمليتي انتخاب مجلس الدوما. وهذه الآثار حافظت على أهميتها حتى بعد أن مارسنا السيطرة بالنسبة إلى طائفة من العوامل الاجتماعية الاقتصادية حيث كانت هذه الآثار لها أهميتها الفائقة فيما يتصل بجميع العوامل التي كانت تشكل الخيارات الانتخابية على نحو ما قد نتوقع في بلد كان يعيش مرحلة ما بعد الشيوعية وحيث كانت الهياكل الاجتماعية في حالة تغير سريع على صعيده وكذلك كانت الولاءات الحزبية التي لم تجد وقتاً كافياً لكي ترسخ دعائمها (Rose et al. 2001). وفضلاً عن ذلك، فالآثار التي لاحظناها كانت متسقة مع ظاهرة التحيز التي كانت واضحة في وسائل الإعلام ذاتها: في حالة تلفزيون الدولة كان هناك تأييد قوي لحزب الوحدة وحزب روسيا المتحدة، وفي حالة التلفزيون التجاري كان هناك مزيد من التأييد للأحزاب والمرشحين الذين كانوا معادين للكرملين.

الجدول 4-12

أهم المصادر الموثوقة بالنسبة إلى أخبار الانتخابات والسلوك التصوتي فى انتخابات الدوما لعامي 1999 و2003

	النسبة المئوية لتصنيف الناخبين الحزبيين للمصادر (الأكثر أهمية)											
		انتخابات 1999						انتخابات 2003				
	CPRF	FAR	Unity	URF	Yabloko	Zhirinov-sky	Other	CPRF	United Russia	Mother Land	LDPR	Other
تليفزيون الدولة	52	43	66	53	43	55	49	27	68	65	60	56
التلفزيون التجارى	4	11	3	9	8	6	8	2	2	4	0	2
الصحف	6	6	4	6	2	7	5	4	3	5	2	7
الراديو	3	6	1	2	5	1	4	1	1	2	1	1
مصادر أخرى	35	34	26	30	42	30	34	66	27	25	36	36
حجم العينة	(267)	(72)	(378)	(65)	(119)	(69)	(171)	(178)	(630)	(134)	(125)	(201)

المصدر: استقصاءات المؤلفين التى أجراها معهد البحوث الروسي فى نيسان/ أبريل (N= 2.000) 2001. وكانون الثاني/ يناير 2004 (الحجم=2000). وكان السؤال هو:

بالنسبة لك ماذا كان أهم مصدر للمعلومات عندما اتخذت قرارك بالتصويت من عدمه وقرار التصويت لمن فى انتخابات الدوما فى عامى 2003 /1999؟

حاشية:

CPRF، الحزب الشيوعي للاتحاد الروسي، FAR الوطني – عموم روسيا، URF اتحاد قوى اليمين، LDPR حزب روسيا الديمقراطي الليبرالي.

الجدول 5 -12 : أهم مصدر للمعلومات الانتخابية والتصويت، كانون الأول/ ديسمبر 1999: تقديرات الارتجاع اللوجستي التى توضح تقديرات البارمترات (والأخطاء المعيارية)

	تقديرات البارامترات (والخطأ المعيارى)					
	Zhirinovsky	Yabloko	URF	Unity	FAR	CPRF
العمر	-0.003**	-0.01	-0.03**	-0.01	0.01	0.04**
	(0.01)	(0.01)	(0.01)	(0.01)	(0.01)	(0.01)
ذكر	0.77**	-0.19	-0.07	0.06	-0.23	0.18
	(0.30)	(0.22)	(0.30)	(0.14)	(0.26)	(0.15)
حضري	0.13	0.48	0.33	-0.21	0.33	-0.13
	(0.32)	(0.26)	(0.38)	(0.15)	(0.34)	(0.18)
تعليم ثالثي	-0.72	0.36	0.34	0.24	0.19	-0.34
	(0.45)	(.26)	(0.36)	(0.19)	(0.33)	(0.25)
موظف	0.70**	0.01	-0.34	0.05	0.32	-0.50**
	(0.33)	(0.24)	(0.31)	(0.15)	(0.30)	(0.18)
دخل الأسرة	0.03	0.00	0.01	-0.05	0.01	0.01
	(0.02)	(0.02)	(0.02)	(0.04)	(0.03)	(0.02)
المصدر الإعلامي الرئيسي: تليفزيون الدولة	0.07	-0.35**	0.07	0.67**	-0.43□	-0.32*
	(0.26)	(0.19)	(0.26)	(0.13)	(0.23)	(0.15)
التلفزيون التجارى	-0.73	1.06**	0.76	-0.83**	0.58	0.04
	(0.49)	(0.33)	(0.45)	(0.29)	(0.40)	(0.28)
تواتر متابعة السياسة على التلفزيون	-0.08	0.02	-0.27	0.05	-0.04	-0.22**
	(0.12)	(0.10)	(0.13)	(0.06)	(0.12)	(0.06)
فى الصحف	-0.09	0.04	0.29	-0.05	0.27□	-0.07
	(0.11)	(0.08)	(0.012)	(0.05)	(0.10)	(0.06)
شبه ثابت (نسبة)	-2.22	-2.30	-1.62	-0.10	-3.99	-3.44
	0.08	0.03	0.06	0.05	0.03	0.12

بيانات مستقاة من استقصاء المؤلفين الذى أجراه مركز البحوث الروسى، نيسان/ أبريل 2001

حاشية: CPRF الحزب الشيوعى للاتحاد الروسى، FAR حزب أرض الآباء – عموم روسيا، URF اتحاد قوى اليمين

* له أهمية إحصائية على أساس ρ <0.01; *ρ < 0.05 both two tailed.

يتم تسجيل العمر فى السنوات الانفرادية ودخل الأسرة بالآف الروبلات وتكرار متابعة السياسة على التلفزيون وفى الصحف يتم ترميزه من 1 (مطلقاً) إلى 5 (يومياً) أما المتغيرات فهى مجرد متغيرات شكلية والتقديرات تستبعد غير المصّوتين والذين يجيبون بلا أدرى، الحجم = 986

الجدول 6.12

أهم مصادر معلومات الانتخابات والتصويت، كانون الأول/ ديسمبر 2003 : تقديرات الارتجاع اللوجستي التي توضح تقديرات البارمترات والأخطاء المعيارية

	تقديرات البارمترات (والخطأ المعياري)			
	CPRF	United Russia	Motherland	LDPR
العمر	0.06	-0.04	0.04	-0.02
	(0.01)	(0.01)	(0.01)	(0.01)
ذكر	0.77	-0.46	0.23	0.66
	(0.32)	(0.18)	(0.29)	(0.27)
حضري	-0.05	0.17	-0.17	0.36
	(0.39)	(0.25)	(0.38)	(0.42)
تعليم ثالثي	0.34	-0.27	0.48	-0.67
	(0.38)	(0.23)	(0.43)	(0.41)
موظف	-0.08	-0.12	0.64	0.24
	(0.37)	(0.23)	(0.40)	(0.35)
دخل الأسرة	0.01	0.01	00.02	0.01
	(0.02)	(0.03)	(0.04)	(0.03)
المصدر				
الإعلامي	-1.88	0.61	0.34	0.16
الرئيسي:	(0.34)	(0.18)	(0.30)	(0.27)
تلفزيون الدولة				
التلفزيون	-0.33	0.09	2.04	-0.76
التجاري	(0.82)	(0.62)	(0.66)	(0.45)
تواتر متابعة	-0.43	0.19	0.05	-0.20
السياسة على	(0.23)	(0.11)	(0.18)	(0.14)
التلفزيون:				

في الصحف	-0.04	0.08	-0.09	-0.17
	(0.10)	(0.06)	(0.10)	(0.09)
شبه ثابت	-5.59	0.35	-4.85	1.27
(نسبة)	0.18	0.06	0.06	0.07

المصدر: بيانات من استقصاء المؤلفين الذي أجراه مركز البحوث الروسي، نيسان/ أبريل 2001.

حاشية: CPRF الحزب الشيوعي للاتحاد الروسي، له أهمية إحصائية على أساس- p<0.01 **P< 0.05; Both Two- Tailed يتم تسجيل العمر في السنوات الانفرادية ودخل الأسرة بالآف الروبلات وتكرار متابعة السياسة على التلفزيون وفي الصحف يتم ترميزه من 1 (مطلقاً) إلى 5 (يومياً) أما المتغيرات المتبقية فهي مجرد متغيرات رسمية والتقديرات تستبعد غير المصوتين والذين يجيبون بقولهم لا أدري. الحجم= 1,403.

وسائل الإعلام والانتخابات والديمقراطيات الجديدة

جاءت دلائلنا متسقة بالتأكيد مع الرأي الذي يذهب إلى أن روسيا - ما بعد الشيوعية شهدت انتخابات "حرة" بمعنى أنها كانت تنطوي على اختيار المرشحين والأحزاب. ولكن الأقل وضوحاً هو القول بما إذا كانت هذه انتخابات "نزيهة" بمعنى أن كان النظام يواجه خصومه على ساحة متكافئة بين الطرفين. إن وسائل إعلام الدولة والقناة الأولى بالذات ساعدت على خلق حزب مؤيد للكرملين في غضون بضعة أشهر لا تزيد في عام 1999، وجاءت تغطية القناة الأولى داعمة بقوة للحزب الذي عملت على خلقه وقامت بتوسيع حملة للتشويه شنّتها على نحو جعل المراقبين يوافقون على أنه غير مسبوقة في الانتخابات العامة- ما بعد السوفياتية" (International Foundation for Election Systems

(49-50 :2000. وبناء على دلائلنا فإن الناخبين لحزب الوحدة ومؤيدي روسيا المتحدة في عام 2003 لم يتفوقوا على سائر الناخبين من حيث مشاهدة التلفزيون، فالكل كان يشاهد التلفزيون أياً كان الحزب الذي يؤيده، ولكنهم كانوا على الأرجح يصنِّفون على أن التلفزيون كان له أبلغ التأثيرات على خيارات التصويت التي صدرت عنهم وكأن الكرملين قد ضمن بوضوح سلاحاً بالغ القوة في المساعدة على الحصول على النتيجة الانتخابية التي كان يريدها.

كانت تلك نتيجة أثارت أيضاً قضايا أوسع نطاقاً، ومنها بالتأكيد ما طرأ من تحسن آخر على الإطار التنظيمي. لقد اتفق المراقبون الدوليون على ضرورة أن يكون هناك آليات أفضل بما يتيح للسياسيين الرد على الهجمات أو على التغطية غير المنصفة التي يواجهونها. وكان الأمر يؤدي إلى إحتمال وجود مجالس استشارية خاصة من أجل القنوات التي تسيطر عليها الدولة كيما تحميهم من توجيهات السادة السياسيين الذين يسيطرون على القنوات. كما ينبغي للإعلام السياسي أن يكون واضح المضمون فيما لا بدّ من تحديد أكثر دقة للمفهوم ذاته. وما كان ينبغي للحكام المحليين أن يسمح لهم باغلاق البرامج إذا ما اختلفوا مع مضمونها كما أن عقوبات السّب والقذف كان ينبغي تشديدها إلى حد كبير. كذلك فإن لجنة الانتخابات المركزية كان ينبغي لها أن تضم آلياتها من أجل إنفاذ القوانين بدلاً من الاعتماد على وزارة الإعلام والاتصالات. وهذه اللجنة كان ينبغي أن تتيح للصحفيين الذين يحافظون على شعور من الاعتزاز بالنسبة إلى استقلاليتهم وحيْدتهم" الفرصة لكي يمارسوا عملهم بصورة صحيحة من دون تهديد بفرض عقوبات)" انظر على التوالي: European Institute) for the Media 2000a: 73-75; Organization for Security and

Cooperation in Europe/ Office for Democratic Institutions and Human Rights 2000: 33; International Foundation for .Election Systems 2000: 134)

مع ذلك فلم تكن التوصيات من هذا القبيل جديدة بصورة خاصة، بل أن واحدة من العلامات الأكثر مدعاة للقلق، وقد نشأت من واقع الانتخابات البرلمانية والرئاسية الروسية، كانت تتمثل في أن لا الصحفيون ولا الجماهير بدت منهم مثل هذه الروح في فهم معايير البث النزيه والمحايد الذي كان الجميع ملتزمين به من الناحية الشكلية. بل إن الصحفيين، على نحو ما أفاد به المراقبون، "كانوا قد تخلوا حتى عن مجرد مظهر التغطية الحرة والنزيهة للانتخابات" وبدلاً من ذلك اتبعوا نهج استخدام المحاباة بقدر واضح من الحماس (European Institute for the Media 2000a: 75) كما واصلت الصحافة طرح نطاق أوسع من المعلومات والآراء ولكن "كان هناك ممارسة واسعة النطاق للإعلان المستتر على نحو ما طلبه المرشحون السياسيون وتم تيسيره من جانب الصحفيين المستعدين لذلك وهو ما ألقى بذوراً من الشكوك العميقة على أخلاقيات مهنة الإعلام المطبوع" (European Institute for the Media 2000a: 2-3) ولا كان هناك إشارة واحدة إلى ميثاق التلفزيون والإذاعة الذي من المفترض أن التزمت به المحطات الرئيسية من أجل اتباع مجموعة مشتركة من القواعد الأخلاقية برغم ما حدث من "انتهاكات جسيمة للذوق واللياقة" (International . Foundation for Election Systems 2000: 135)

فضلاً عن ذلك فقد كانت جماعتنا الضابطة المستخدمة في البحث قد طرحت دليلها على أساس أن الروس العاديين لم يكن لديهم فهم أفضل لنوعية القواعد التي تستند إليها وسائل الإعلام في الديمقراطيات

الليبرالية، والتي كان من المفروض أن تلتزم بها تشريعاتهم نفسها. وكثير من المشاركين ذكروا أنهم شعروا بالأسى إزاء المشهد الجديد نسبياً عندما تابعوا وابل السّب السياسي المتبادل الذي عرضه التلفزيون الروسي. ومع ذلك فإن نتائج استقصائنا تشير إلى أن كان هناك عدد أكبر تأثّر من واقع سلسلة من البرامج التي كان يقصد بها تقويض سمعة السياسيين وأحزابهم، وقد تم إنتاجها وبثها من دون أدنى مراعاة لقانون الانتخابات الذي يحظر بوضوح مثل هذه الأساليب. وهناك ما يصل إلى نسبة 14 في المئة من المستجيبين إزاء الاستقصاء الذي أجريناه كانوا يتصورون في واقع الأمر أن سلوك المحاباة كان "أسلوباً جيداً ليعرفوا أكثر عن المشاهير" إضافة إلى عناصر أخرى تزيد على الثلث وافقت على "ضرورة أن يكون هناك قدر من الحقيقة في هذا وإلا لما كان يعرض على شاشة التلفزيون " فيما يوجد أقل من الثلث ممن يتصورون أنهم لن يتأثروا بهذه المواد المعروضة. وقد توصلت الأسئلة الأخرى إلى توافر التأييد من جانب الأغلبية لملكية الدولة لوسائل الإعلام وأيضاً من أجل "السيطرة على الإعلام" بل وممارسة الرقابة مع وجود فروقات قليلة عبر الأجيال. (انظر US Department of State, Office of research 2002; and *Izvestiya* (14 January 2014: 1) وقد أفادت بأن 76 في المئة كانوا يحبذون درجة من درجات الرقابة في وسائل الإعلام.

وقد جاءت انتخابات مجلس الدوما في عامي 1999 و2003 لتمثل خطوة أبعد إلى الأمام فيما يتعلق بترسيخ الإجراءات الانتخابية في روسيا؛ فقد شكلت تطوّراً أقل إيجابية في الإيضاح الذي قدمته، وخاصة في عام 1999 للمدى الذي يمكن فيه لنظام حازم أن يستخدم سيطرته على وسائل البيئة الإعلامية لكي يقاوم أي تحد لسلطته و"يصنع من أي فرد

"رئيساً". والخطوات التي تم اتخاذها بعد ذلك من جانب الكرملين لتأكيد سيطرته على القنوات التي كان يمكن أن تقدّم بدائل حقيقية في هذا الصدد توحي بأن هذا لم يكن درساً فشلوا في تعلمه، وأن سباق عام 1999 كان يشكل لدى النظر إليه نقطة حاسمة في تقدّم الكرملين على مسار عملية انتخابية باتت جزءاً أساسياً من "ديمقراطية يتم التحكم فيها" ويمارس عليها كل ما يمكن من أساليب السيطرة الكاملة.

المراجع

Colton, T. J. (2000) *Transitional Citizens. Voters and What Influences Them in the New Russia,* Cambridge, MA: Harvard University Press.

Egorov, V. (1999) *Televidenie mezhdu proshlym i budushchim,* Moscow: Voskresen'e.

European Institute for the Media (2000a) *Monitoring the Media Coverage of theDecember 1999 Parliamentary Elections in Russia. Final Report, March 2000,* Düsseldorf: EIM.

-----(2000b) *Monitoring the Media Coverage of the March 2000 Presidential Elections in Russia. Final Report, August 2000,* Dusseldorf: EIM.

International Foundation for Election Systems (2000) *Parliamentary and Presidential Elections in Russia 1999-2000. Technical Assessment,* Washington, DC: IFES.

Krueger, R. A. (1994) *Focus Groups. A Practical Guide for Applied Research,* 2nd edn, Thousand Oaks, CA: Sage.

McQuail, D. (2000) *McQuail's Mass Communication*

Theory, 4th edn, London: Sage.

Mickiewicz, E. (1988) *Split Signals,* New York: Oxford University Press.

-----(1999) *Changing Channels. Television and the Struggle for Power in Russia,* revised edn, Durham, NC: Duke University Press.

Murray, J. (1994) *The Russian Press from Brezhnev to Yeltsin,* Aldershot: Edward Elgar.

Oates, S. (2003) "Television, voters, and the development of the "broadcast party", in V. Hesli and W. Reisinger (eds) *The 1999-2000 Elections in Russia. Their Impact and Legacy,* Cambridge: Cambridge University Press, 29-50.

Oates, S. and Roselle, L. (2000) "Russian elections and TV news. Comparison of campaign news on state-controlled and commercial television channels", *Harvard International Journal of Press/Politics,* 5 (2) : 30-51.

Organisation for Security and Cooperation in Europe/ Office for Democratic Institutions and Human Rights (2000) *Russian Federation. Elections to the State Duma, 19 December 1999. Final Report,* Warsaw: OSCE.

-----(2004) *Russian Federation. Elections to the State Duma, 7 December 2003.*

OSCE/ ODIHR Election Observation Mission Report, Warsaw: OSCE. Online. Available HTTP in English: <http: / / www.osce.org/ documents/ odihr/ 2004/ 01/ 1947_en.pdf> (accessed 1July 2004) .

Rantanen, T. (2002) *The Global and the National. Media*

and Communication in PostCommunist Russia, Lanham, MD: Rowman & Littlefield.

Rose, R. and Munro, N. (2002) *Elections without Order. Russia 's Challenge to Vladimir Putin,* Cambridge: Cambridge University Press.

Rose, R., Munro, N. and White, S. (2001) "Voting in a floating party system", *Europe-Asia Studies,* 53(3) : 419-43.

Rossiiskii statisticheskii ezhegodnik (2003) *Statisticheskii sbornik,* Moscow: Goskomstat Rossii.

Sedov, L. (2000) "Rol" SMI v izbiratel' noi kampanii", *Monitoring obshchestvennogo mneniya,* 1: 32-35.

US Department of State, Office of Research (2002) "Russians not alarmed by threats to free speech", Washington, DC: Department of State, Office of Research, Opinion Analysis M-2-02, 8 January.

White, S., Oates, S. and McAllister, I. (2005) 'Media effects and Russian elections, 1999-2000", *British Journal of Political Science,* 35 (2) : 191-208.

Zassoursky, I. (2001) *Rekonstruktsiya Rossii. Mass-media i politika v 90-e gody,* Moscow: Izdatel'stvo Moskovskogo Universiteta.

Zassoursky, Y. (ed.) (2001) *Sistema sredstv massovoi informatsii Rossii,* Moscow: Aspekt Press.

الفصل الثالث عشر

ديمقراطيات جديدة بغير مواطنين؟
(وسائل الإعلام الجماهيرية والتوجهات الديمقراطية - مقارنة بين أربعة بلدان)

كاترين فولتِمر ورودِيغِر شمت – بِك

عندما يأتي الأمر إلى وسائل الإعلام الجماهيرية كمؤسسة ديمقراطية يبدو أن ثمة تناقضاً واضحاً من ناحية التوصيفات المعيارية في هذا الصدد وبين المساهمة العملية الميدانية لوسائل الإعلام في أداء الديمقراطية الحديثة لوظيفتها من ناحية أخرى. ومن وجهة نظر معيارية يُفترض في الميديا أن تزود المواطنين بمعلومات بشأن الأمور السياسية وبما يتيح لهم المشاركة في هذا المضمار بطريقة لها قيمتها. كما يُنظر إليها كذلك بوصفها "سلطة رابعة" تخدم كآلية ضبط بحيث تضع الحكومات أمام مسؤولياتها من خلال الكشف عما يتم ارتكابه من سوء السلوك. ومع ذلك فالأداء الفعلي لوسائل الإعلام، فضلاً عن أسلوبها في عرض القضايا على جماهيرها، مازال يشكل واحداً من مصادر القلق المتصاعد بين صفوف المراقبين السياسيين والعلماء المختصين على السواء. فالتغطية السياسية ما برحت

باستمرار تتسم بعنصر الإثارة بل والعداوة بشكل عام إزاء الساسة بدلاً من تقديم المعلومات الوقائعية وعرض وقائع الحوار العقلاني. وفي الوقت نفسه فإن موجة التشكك السياسية مع ما يرتبط بها من عدم الاهتمام بين صفوف المواطنين أمور أصبحت تستشري بصورة تدعو إلى القلق. وفي ضوء الوجود المستمر لوسائل الإعلام على النحو السائد في الحياة اليومية نخلص إلى أن ثمة علاقة سببية باتت تربط بين سلبية الميديا الإعلامية وبين حالة التشكك السياسي بشكل أكثر من واضح.

ويبدو دور الإعلام في الديمقراطيات الجديدة أكثر احتشاداً بالمشكلات. وفي حالة يفتقر فيها المواطن إلى أي تجربة دائمة من تجارب الديمقراطية حيث تكون عناصر التطبيع الاجتماعي القائمة، ومنها مثلاً الأحزاب السياسية ودور العبادة والمنظمات السياسية الجماهيرية قد فقدت مصداقيتها، فربما يكون الأداء الإعلامي هو الذي يتسم بأهمية أساسية في تشكيل الطريقة التي يفكر بها المواطنون بشكل النظام السياسي الجديد. ومع ذلك، ففي السياق الحالي، كما في البلدان الغربية، تبدو نوعية التغطية السياسية قاصرة عن الادعاءات المطروحة عادة في هذا الصدد: هناك الاتهامات المتواترة التي تشمل مثلاً الخلط بين الخبر والرأي إضافة إلى عمليات الإثارة السريعة والأمعان في التوجه الإعلاني ومن ثم يخلص بينت (Bennett) إلى "أن الأمر لا يلبث يتكشف عن أن ما يديم نجاح الثورات، سواء كانت ثورة مسلحة أو كانت من نوعية الثورة المخملية، هو نفس الشيء الذي يمكن أن يحول دون ما يتلو ذلك من تشكيل مؤسسات ديمقراطية مستقرة". إن الاتصال السياسي القائم على الانفتاح الذي يعقب تغيير النظم يمكن أن يتخذ صفة الضجيج الصاخب بما يؤدي إلى تشتيت "الوافدين الجدد على الديمقراطية" (201 :1998) كذلك فإن

الديمقراطيات الجديدة تجد نفسها بدورها وهي تعيش حالة متناقضة حيث "حكم الشعب" يكون قد تم تقديمه بغير وجود حشد من المواطنين يتصف بالفعالية ويؤيد ما تم على الأرض (Entman 1989)؟

وحتى الآن فإن آثار الاتصال الجماهيري على تطوّر الاتجاهات الديمقراطية بين صفوف المواطنين في الديمقراطيات الجديدة لم يتم اختبارها بشكل عملي. وهذا الفصل يهدف إلى ملء هذه الثغرة، كما أن التحليلات المطروحة هنا تستند إلى بيانات مستقاة من إحصاء تمثيلي على صعيد أربع ديمقراطيات جديدة: بلغاريا، هنغاريا، تشيلي والأوروغواي(*) وهي تمثل اثنين من سياقات التحوّل الديمقراطي المختلفة - بلدان اثنان من شرق أوروبا يخرجان من ربقة الحكم الشيوعي وبَلَدان من أميركا الجنوبية يخرجان من تاريخ من الديكتاتورية العسكرية. ونحن نهدف إلى توضيح ما إذا كانت ميديا الإعلام مهمة بالنسبة إلى نشوء الاتجاهات الديمقراطية، وإذا ما كان الحال كذلك، فبأي طريقة، وما إذا كانت هذه الآثار تختلف طبقاً للخلفية التاريخية والمؤسسية المحددة هنا أو هناك وهي التي يتم على مهادها الاتصال السياسي.

سوف نستهل مناقشتنا بإلقاء نظرة عامة موجزة على الدور السياسي

(*) تم جمع البيانات في سياق مشروع الانتخابات الوطنية. أما الباحثون الرئيسيون فهم ريتشارد غونتر (Richard Gunther)، خوسيه رامون مونتيرو (Jose Ramon Montero)، وهانس - يورغِن بول (Hans-Jürgen Puhle). وقد تلقى المشروع التمويل من مركز ميرشون، جامعة ولاية أوهايو، الولايات المتحدة الأميركية ومن مؤسسة فولكسفاغن (Volkswagen Stiftung)، ألمانيا وهناك نسخة مزيدة من هذا التحليل سيتم نشرها في غونتر، مونتيرو، وبول، **الوساطة السياسية في الديمقراطيات القديمة والجديدة** (Gunther, Montero and Puhle, *Political Intermediation in Old and New Democracies*) (قيد الصدور). ونشكر المحققين الرئيسين للمشروع على إتاحة الإفادة من نتائج مختارة ضمن سياق هذا المجلد.

لوسائل الإعلام في النظم السياسية الأربعة قبل وبعد تحوّل البلدان المذكورة إلى الديمقراطية. كما سنتدارس الأدبيات المتعلقة بآثار الإعلام على الاتجاهات الديمقراطية التي نشأت من افتراض "القصور المَرَضي الإعلامي" (Media Malaise). وأخيراً سوف نطرح نتائجنا الأمبيريقية ونناقش الآثار المترتبة التي يمكن ان تنجم عنها بالنسبة إلى عمليات التواصل السياسي في الديمقراطيات الجديدة.

وسائل الإعلام والسياسة الإعلامية في مراحل التحوّل إلى الديمقراطية

أوضح تاريخ القرن العشرين أن التحوّلات إلى الديمقراطية تحدث على شكل موجات – بمعنى أن البلدان التي تتشارك من حيث السمات المعينة الإقليمية و/أو الهيكيلية تشهد انهيار النظام القديم ضمن فترة زمنية محدودة نسبياً. وطبقاً لتصنيف هنتنغتون (Huntington 1991) فإن البلدان الأربعة في العّينة التي اخترناها تنتمي إلى الموجة الثالثة من التحوّل الديمقراطي التي تشمل تحوّلات من الحكم السلطوي في جنوبي أوروبا وأميركا اللاتينية فضلاً عن غروب شمس النظم الشيوعية في أوروبا الشرقية في آواخر عقد الثمانينات الماضي. وهناك من يقولون بأن التحوّلات نحو الديمقراطية في الكتلة السوفياتية السابقة تشكل موجة رابعة متميزة من التحوّل الديمقراطي (Beyme 1994; Brown 2000; McFaul 2002) وعلى خلاف التحوّلات من الديكتاتوريات العسكرية فإن ديمقراطيات ما بعد الشيوعية يتعين عليها أن تتعامل مع التحوّل السياسي والاقتصادي الذي يشكل تحديات خاصة إزاء بناء المؤسسات وتوطيد النظم الجديدة في الأجل الطويل (Linz and Stepan 1996; Offe 1991).

أن الطابع المتميز لديمقراطيات الموجة الثالثة والرابعة ينعكس كذلك في العلاقات المختلفة التي تربط ما بين ميديا الإعلام والدولة مع ما ينجم عن ذلك من صراعات على تنظيم الإعلام وخاصة التلفزيون بعد انهيار النظام القديم. وبرغم أن كلا من نوعي النظام الأوتوقراطي كان قد فرض رقابة صارمة على الاتصال الجماهيري، إلا أن هيمنة الأيديولوجية في النظم الشيوعية كانت قد أوكلت إلى الميديا الإعلامية دوراً رئيسياً في تعبئة وحشد السكان مذهبياً، ومن ثم فإن الميديا وما يرتبط بها من الصناعات كانت تحت السيطرة المباشرة للدولة وللحزب الحاكم. وعلى النقيض فإن الديكتاتوريات العسكرية في أميركا اللاتينية لم تكن مكرسة إزاء أيديولوجية بعينها فيما عدا الاستخدام المتقطع للشعارات المعادية للشيوعية فيما كانت الاستراتيجية المفضلة هي تأمين السلطة من خلال نزع الطابع السياسي وضمان رضوخ السكان بدلاً من تعبئة الجماهير. وأدى ذلك إلى أن أصبحت الميديا الإعلامية هناك أقل اتصافاً في معظمها بالطابع السياسي. وعلى النقيض كانت برامج التلفزيون ولا تزال، تسيطر عليها مواد الترفيه الرخيص المستوردة من الولايات المتحدة. وهذا الاتجاه تسارعت خطاه بفعل اتباع نهج حرية السوق إزاء تنظيم الوسائل الإعلامية. وقد كانت حكومة تشيلي في ظل بينوشيه فعالة بالذات في تعزيز عملية خصخصة التلفزيون واتسامه بالطابع التجاري (Tironi and Sunkel 2000).

وعليه لم يكن مفاجئاً أن جاء تحوّل علاقات الميديا مع الدولة بوصفه عملية أكثر إثارة للجدل في ديمقراطيات الموجة الرابعة بالمقارنة مع نظرائها في الموجة الثالثة. وفي واقع الأمر فإن تنظيم البث الإذاعي أصبح واحداً من مجالات السياسة الأكثر مدعاة للجدل في بلدان ما بعد الشيوعية. ومن

الواضح أن الزعماء السياسيين الجدد لم يكونوا على استعداد للتخلي عن السيطرة على التلفزيون بينما كانت ميديا البث مصممة على القتال في سبيل استقلالها عن تدخل الحكومة. ثم جاءت النزاعات الناجمة بين الحكومات وشركات التلفزيون الخاضعة للدولة في السابق لتحمل وصف "حروب الميديا" بما يشير إلى مدى عنف الخلاف بين تلك الأطراف؛ ففي هنغاريا، كان النضال بشأن تنظيم البث الإذاعي قد أدى إلى اندلاع أزمة دستورية واستغرق الأمر خمس سنوات من المفاوضات قبل أن يتمكن البرلمان في نهاية المطاف من الموافقة على قانون جديد للبث في عام 1996 (Gergely 1997)، بل إن هذا النزاع أفضى إلى احتجاجات جماهيرية عندما حدث في شهر تشرين الثاني/ نوفمبر 1993 أن خرج إلى الشارع حشد قوامه 10 آلاف فرد في بودابست بعد أن قامت الحكومة باستبعاد برنامج إخباري انتقادي من البرامج المذاعة على الهواء (Szilagyi 1996). وفي بلغاريا شملت "حرب الميديا" عدة محاولات غير ناجحة لسن تشريعات جديدة. وحتى التوافق الحالي الذي تم التوصل إليه كان خاضعاً للتنقيح فور إصداره في عام 1999 (Tzankoff 2002).

أما دور الصحافة المطبوعة فكان أقل تعرضاً للنزاعات. وفي معرض الاستجابة إزاء سوق الاستهلاك السريعة النمو في هنغاريا، استحوذ عمالقة احتكارات الميديا الدولية على أجزاء كبيرة من الصحافة مما أدى إلى شعور واسع النطاق بالقلق والانشغال بشأن تركيز الملكية بل والهوية الثقافية (Splichal 1994). وفي البلدان الأقل نجاحاً من الناحية الاقتصادية مثل بلغاريا تظل الصحافة معتمدة إلى حد كبير على الدولة من أجل الحصول على إعانات الدعم حتى تستمر في السوق. كذلك فإن شركات الإعلام الغربية أدخلت بدورها نوعاً من الصحف التي لم تكن معروفة في ظل

الحكم الشيوعي وهي: التابلويد وصحف التابلويد - صحف الإثارة وهي ناجحة بالذات في بلغاريا ولكنها تشكل نحو ربع المبيعات في هنغاريا (Gulyas 1998). وعلى خلاف صحف التابلويد الصفراء مثلاً في المملكة المتحدة فإن الصحافة الشعبية في أوروبا الشرقية تنشر كميّات كبيرة من المعلومات السياسية برغم أنها تتبع في نشرها أسلوباً مثيراً واستقطابياً ومبسطاً إلى حد مفرط في كثير من الأحيان (Tzankoff 2002) .

هناك صورة مختلفة إلى حد ما تنشأ عندما تتحوّل البلدان فيها بعد المرحلة السلطوية من الحكم في أميركا الجنوبية. ولأن مركزية الميديا كانت قد اكتملت في ظل النظم القديمة، فإن هيكل الميديا الإعلامية ظل على حاله إلى حد كبير بغير تغيير بعد التحوّل إلى الديمقراطية. وأدى ذلك إلى إمكانية تحاشي الصراعات المدمرة على تنظيم ميديا الإعلام التي هيمنت على عمليات تحوّل الميديا الإعلامية في بلدان ما بعد النظم الشيوعية. ومع ذلك فلم يكن هذا ليعني أن ميديا أميركا اللاتينية اليوم أصبحت متحررة من تدخل الدولة؛ فهناك تهديدات موجهة إلى وسائل الإعلام الانتقادية، وما تزال التغطية الإخبارية الخاضعة للأخذ والرد تمثل مشكلة قائمة حتى الآن. والأكثر من ذلك أن بعض الكتاب يقولون بأن ممارسة الطابع التجاري في ميديا أميركا اللاتينية في ظل الديمقراطيات الجديدة تشكل عقبة كأداء إزاء بناء المؤسسات ونجاح ترسيخ النظم الجديدة (Skidmore 1993; Waisbord 1995). ومن مواريث الشأن العام منزوع السياسة الذي كان سائداً في ظل النظم الديكتاتورية، أن أصبح الإعلام السياسي مهمشاً إلى حد كبير في برامج التلفزيون في الوقت الحالي. وحتى البرامج الإخبارية لا تزال تخصّص جانباً كبيراً من الوقت للموضوعات غير السياسية. وهناك أيضاً شغف متزايد من جانب الميديا الإعلامية بتناول

الفضائح السياسية وقضايا الفساد التي يقول عنها ويسبورد:1995) (221 أنها تعكس بصورة منذرة بالخطر "ترسيخ لتوجهات تنحو نحو السباب" بين صفوف الإعلاميين.

ويبقى السؤال: ما هي النتائج المترتبة على المسارات المختلفة للتحوّل إلى الديمقراطية سواء في بلدان ما بعد الشيوعية أو ما بعد الأوتوقراطية بالنسبة إلى أثر الميديا على التوجهات الديمقراطية لجماهير تلك البلدان؟ وكما يقول غونتر وموغان (Gunther and Mughan 2000)، فإن دور وسائل الإعلام في الديمقراطيات الجديدة، فضلاً عن إحتمالات تأثيرها على الرأي العام مازال حتى الآن يتوقف وإلى حد كبير على الهياكل الكلية التي تعمل في ظلها. ومن ثم فنحن نفترض تأثيرات إعلامية أقوى في ديمقراطيات ما بعد الشيوعية وذلك لسببين :**أولهما** يتصل بالدرجة المرتفعة تقليدياً من التسييس في تلك البلدان فضلاً عن الكم الأكبر من المعلومات السياسية المتاحة للمواطنين العاديين. كذلك فإن إعادة التنظيم التي تثير الخلاف بالنسبة إلى علاقات الميديا – الدولة ربما تكون قد أسهمت في زيادة الوعي بالقيم الديمقراطية ومن ذلك مثلًا حرية الصحافة. ثم يتعلق السبب **الثاني** بافتراضنا بان تعقيد تحوّلات النظم التي انطوت، على تغييرات سياسية أو اقتصادية أدى إلى مستوى مرتفع بصورة استثنائية من شعور عدم اليقين بين صفوف المواطنين بشأن مسار حياتهم الشخصية في المستقبل وفي ظل ظروف تعرضت لتغيرات بالغة العمق، فالبلغاريون بالذات كابدوا من وطأة تراجع اقتصادي بالغ الخطورة وكذلك من زعزعة استقرار سياسي بشكل عميق على خلاف هنغاريا، حيث أدت الإصلاحات الاقتصادية التي سبق وأن تم إطلاقها في ظل النظام القديم إلى أن أصبح التحوّل أقل خطورة. وطبقاً لنظرية الاعتماد

على وسائل الإعلام (Ball-Rokeach and DeFleur 1976) فإن احتمال تغيير الرسائل الإعلامية لتوجهات الأفراد وسلوكياتهم تزيد كلما اعتمد الشخص على الوسيلة الإعلامية في توجهاته. وهذا الاعتماد يزداد بصورة خاصة في فترات التغيير الاجتماعي السريع وانحسار القيم ونشوء ظاهرة عدم الأمان الاقتصادي. وعليه فنحن نتوقع أثاراً إعلامية أكثر في بلغاريا وهنغاريا بأكثر من البلدين اللذين اخترناهما في أميركا اللاتينية. وسواء كانت هذه الأثار مفيدة أو ضارة بالنسبة إلى ثقافة سياسية ديمقراطية فمازال هذا أمراً مطروحاً. والمناقشة في الفصل التالي سوف تعرض للخلفية النظرية بما يتيح لنا الإجابة عن هذا السؤال.

الأثر السياسي لوسائل الإعلام: " فتور" أم "تعبئة"؟

السؤال يتعلق بما إذا كانت ميديا الإعلام تعزز ثقافة سياسية ديمقراطية ذات توجهات مدنية (Almond and Verba 1963) أو أنها تجنح إلى تقويض الثقة والمشاركة السياسية. وهو سؤال لا يقتصر على الديمقراطيات الجديدة. على أن هذا الجدل يستند إلى تراث طويل في الدراسات الإعلامية والعلوم السياسية على السواء وخاصة في الولايات المتحدة وفي مرحلة تصل إلى سنة 1976 وهي التي شهدت روبنسون (Robinson) يصوغ مصطلح "مرض الفيديو" (Video Malaise) لا من أجل التعبير الدقيق عن الآثار المدمرة لوسائل الإعلام. وفي مرحلة حديثة ادعى باترسون (Patterson 1998) أن وسائل الإعلام تصور العملية السياسية على أنها سباق خيول وأنها ألعاب تخلق صورة مشوهة للسياسة وهو ما يغذي اتجاه التشاؤم. أما بوتنام (Putnam 2000) فيري أن وسائل الإعلام مسؤولة على الأقل جزئياً عن تآكل رأس المال الاجتماعي إذ أنها تغذي نزعة الفردية والاتجاه نحو الانسحاب من الحياة العامة. ومع

ذلك فعندما يأتي الأمر إلى التحليل الأمبريقي نجد أن الأدبيات المطروحة تقدّم أدلة أقل حسماً مما تشير إليه هذه التأكيدات. ولم تعمل أي دراسات على استكشاف العلاقة بين وسائل الإعلام وبين التوجهات المدنية في الديمقراطيات الجديدة.

لقد أشارت الدراسة المذكورة أعلاه التي أجراها روبنسون (Robinson 1976) إلى رابطة سلبية تصل بين التغطية السياسية وبين مختلف أنماط التوجهات الديمقراطية. واستناداً لتجارب مختبرية وإلى مسوحات تمثيلية وجد أن الذين يعتمدون أساسا على التلفزيون للحصول على المعلومات السياسية إنما يعكسون بصورة ملموسة مستويات أدنى من الكفاءة الداخلية (التي تعبر عن قدرة الفرد على التأثير على العملية السياسية) والثقة في المؤسسات السياسية بالمقارنة مع الذين يحرصون على أن تكون وجبتهم الإعلامية أكثر تنوعاً. أما كابيلا وجاميسون (Cappella and Jamieson 1997) فقد طرحا ملاحظات مماثلة. وباستخدام تصميم للبحث التجريبي عملاً على استخدام منهجي للصيغة التي تعرض بها المعلومات السياسية فوجدا أن الأطر الإعلامية التي تصور السياسة على أنها لعبة سلطة تكتيكية، هي التي تنجم عنها آثار سلبية ملموسة بالنسبة إلى كفاءة الفرد من الناحية السياسة وكذلك بالنسبة إلى الثقة في الفعاليات السياسية.

مع ذلك فإن افتراض "مرض الفتور" لم يخل من التحدي؛ فهناك دعاة نظرية "التعبئة "الذين يؤكدون أن للميديا أثاراً إيجابية على الحشد المعرفي والمشاركة السياسية للمواطنين. وفي دراسة تستند إلى بيانات لدراسة استقصائية بريطانية، يدقق نيوتن (Newton 1999) في الدلائل الأمبيريقية المتعلقة "الفتور الإعلامي" و"التعبئة الإعلامية"، ومن ثم

فإن نتائجه تؤيد الجانب الأخير إلى حد كبير. إن متابعة الأخبار سواء على التلفزيون أو في الصحف تزيد من المعارف السياسية للجماهير وتشجع على مشاركتها ولكن ليس لها آثار أو أن لها أثاراً ضعيفة وأحياناً آثاراً سلبية على التوجهات نحو النظام السياسي. وتقول نوريس (Norris 2000) إن نتائج مماثلة بالنسبة إلى نطاق واسع من الديمقراطيات الغربية، وهي تفترض "حلقة مفرغة" تعمل في هذا الصدد قائلة بأن الميديا الإعلامية تشجع دافعية المشاركة في العملية السياسية مما يزيد بالتالي من شهية الحصول على المزيد من المعلومات، ومع ذلك فليس ثمة دائرة مماثلة يمكن توضيحها وتؤدي إلى تعزيز سلبي بين صفوف "غير الناشطين".

ثم يدور السؤال عن السبب الذي يؤدي إلى النتائج المتناقضة المطروحة في الأدبيات الصادرة في هذا الشأن. ومن الواضح أن الباحثين نظروا إلى أمور مختلفة ومن ثم حصلوا على نتائج مختلفة. وبشكل خاص، وعلى نحو ما يكشفه استعراض دقيق لما يجري في الميدان (Wolling 1999) فإن دارسي "الفتور الإعلامي" و"الحشد الإعلامي" ركزوا على نطاق واسع من المتغيرات المستقلة المختلفة بما في ذلك العوامل الداخلية والخارجية من حيث الفعالية والمشاركة والمعرفة والمشروعية التي تتسم بها الديمقراطية، فضلاً عن الرضا عن الحكومة ثم تقييم المرشح. ومع ذلك يمكن الافتراض بأن أثر وسائل الإعلام يختلف حسب الجوانب المختلفة المطروحة سواء كانت جوانب معرفية أو مواقفية أو سلوكية. وفي واقع الأمر يتضح أن افتراض "الفتور" كان مقترحاً بشكل أساسي فيما يتعلق بالمواقف المتخذة تجاه السياسيين والمؤسسات السياسية ومنها مثلًا الأحزاب السياسية والحكومة أو الديمقراطية بشكل عام. أما العلاقة بين الطرح الإعلامي وهذه الاتجاهات فمن المفترض أن تكون علاقة

سلبية نظراً للطريقة السلبية والسطحية التي يتم بها رسم السياسات في وسائل الإعلام الإخبارية. وعلى النقيض من ذلك فإن افتراض" التعبئة أو الحشد "يتعلق بالصورة الذاتية التي يكّونها الأفراد عن دورهم كمواطنين، بما في ذلك مقدرتهم المعرفية ومدى مشاركتهم السياسية. ويؤكد هذا المنظور على أهمية المعلومات بالنسبة إلى المشاركة الجماعية. وبدلاً من توجيه اللوم إلى وسائل الإعلام عن تسطيح السياسة فإن مؤيدي افتراض "الحشد "يقولون بأن وسائل الإعلام تتيح فرصة من أجل "التعلم الهادئ" (Neuman 1986: 132) الذي يتيح لجميع المواطنين بغير استثناء سبل المشاركة في السياسة بمن في ذلك حتى من يريدون أن يتباعدوا عنها بسبب ما يعانون من مشاكل على الصعيدين الاجتماعي والاقتصادي.

عندما يأتي الأمر للمتغير المستقل، يختلف الدارسون إزاء مسؤولية المحتوى أو قناة التوصيل الإعلامي عن الآثار التي يتم ملاحظتها بالنسبة إلى الرسائل ذات الصلة، وبرغم أن هذا التمييز قلما يُطرح بشكل منهجي (Newton 1999). والتمييز بين الصحف والتلفزيون ينطلق من مستوى النوعيات المختلفة للوسائل الإعلامية. والآثار الإيجابية عادة ما تعزى إلى الإعلام المطبوع الذي يمكن أن يتطلب جهوداً أكثر فعالية من حيث معالجة المعلومات المطروحة بينما يحول الاعتماد الشديد من جانب التلفزيون على المواد المرئية دون التعمق في التفكير التحليلي (برغم أن الأثر الانفعالي الناتج عن الصور المعروضة ربما يؤدي إلى تعبئة الإجراءات السياسية على الأقل في الأجل القصير). وثمة سلبية أخرى تتسم بها أخبار التلفزيون وتتمثل في أنها مدرجة ضمن سياق تسوده بشكل غالب عناصر الترفيه مما يقلل من نوعية المعلومات السياسية لدرجة أنها تشكل فاصلاً بين البرامج" الواقعية" (Robinson and Levy 1986) ويصدق هذا بالذات

في شبكات البث التي تتسم بطابع تجاري صارخ. وعلى النقيض فإن البعد المتصل بالمحتوى يشير إلى مادة ونوعية المعلومات التي تنقلها وسائل الإعلام. وفي نظم الإعلام الغربية يوجد تمييز واضح بين تلفزيون الخدمة العامة وكذلك المحطات التي تبث كماً كبيراً من المعلومات السياسية بما في ذلك التحليل المتعمق والمعلومات الأساسية اللازمة، وبين صحافة التابلويد والتلفزيون التجاري الذي يقتصر على تقديم معلومات أقرب ما تكون إلى السطحية وبأسلوب لغوى دارج ومن خلال صيغة مستعارة باطراد من برامج الترفيه.

بشكل عام إن الكتابات الأمبيريقية المطروحة يمكن أن يقال أنها تعرض قرائن متسقة بالنسبة إلى افتراض "الحشد" في حين أن التأييد الذي يدعم افتراض "الفتور" مازال مختلطاً في أحسن الأحوال. ومع ذلك فجميع هذه الدراسات تم إجراؤها في سياق الديمقراطيات الغربية الراسخة، ومن ثم فما برحت تطرح سؤالاً مفتوحاً عما إذا كان نفس النمط سوف يظهر في الديمقراطيات الجديدة. ومن ناحية يمكن القول بأن المواطنين في الديمقراطيات الجديدة يفتقرون إلى تاريخ متسق من التجارب بما من شأنه تأييد الاعتقاد بأن المؤسسات الديمقراطية سوف تقوم بعملها في الأجل الطويل برغم حالات الفشل التي تحدث بين حين وآخر، ومن ذلك مثلاً حالات الفضائح أو الانهيار الاقتصادي. كما أن الافتقار إلى تجربة مباشرة يمكن أن يدفع بالمواطنين في ظل الديمقراطيات الجديدة إلى حالة أعمق من الاستضعاف إزاء الأسلوب السلبي والإعلاني للإعلام السياسي بأكثر مما هو قائم في الديمقراطيات الراسخة. ومن ناحية أخرى فللمرء أن يفترض بأن الإعلام المستقل – أو المستقل إلى حد كبير – يقدم معلومات ذات مغزى أعمق إضافة إلى نطاق أوسع من وجهات النظر المختلفة بأكثر من أسلوب

الدعاية الذي كان مشاهدو الإعلام معرضين له في فترات سبقت، وهو ما يتيح لهم تحسين كفاءتهم المعرفية ومشاركتهم الفعالة في مضمار السياسة. وفضلاً عن ذلك فدور الأنماط المعينة من الإعلام لا يزال غير محسوم، لأن إذاعات الخدمة العامة حيث ما توجد في الديمقراطيات الجديدة يمكن أن تقل مصداقيتها في ضوء ماضيها باعتبارها تلفزيون الدولة، إضافة إلى دورها الذي مارسته باعتبارها أيضاً ناطقة باسم الحكومة. وعليه فهي يمكن أن تكون أقل فاعلية في تعزيز المواقف الديمقراطية عن نظيراتها في غربي أوروبا التي كان معظمها قادراً بصورة أفضل على الحفاظ على استقلاله السياسي لكي يواصل خدمة مصالح الجمهور.

تصميم البحوث وبياناتها

البيانات المستخدمة في هذه الدراسة تمثل العيّنات الوطنية التي تم تجميعها في سياق الانتخابات التي جرت مؤخراً. ومجموعات البيانات تشمل الانتخابات الرئاسية البلغارية في عام 1969 (الحجم 1216) والانتخابات البرلمانية الهنغارية لعام 1998 (الحجم 1500) والانتخابات الرئاسية في تشيلي في عام 1993 (الحجم 1305) والانتخابات البرلمانية في الأوروغواي في عام 1994 (الحجم 1005) وتم استخدام نفس الاستبيان في جميع البلدان بضمان عنصر المقارنة. على أن الانحرافات الثانوية تقتصر على الخصائص الوطنية أو القضايا الإضافية. أما النطاق الواسع من المتغيرات الذي ضمته الاستقصاءات فيتيح لنا اختبار افتراض "الفتور" وافتراض "الحشد" في وقت واحد ومن ثم تجنّب سلبيات الكثير من الكتابات المطروحة في سياق تراث "الفتور الإعلامي".

من ناحية المتغيرات المستقلة فنحن نختار أربعة متغيرات: اثنان يعبران عن كل من الافتراضين المتنافسين بشأن العلاقة بين وسائل الإعلام

الإخبارية والاتجاهات الديمقراطية (بالنسبة إلى صياغة السؤال وتفاصيل التنفيذ انظر صفحات التذييل) والمتغيران اللذان يرتبطان بافتراض الحشد هما المعرفة السياسية والمشاركة السياسة حيث المعرفة هي مؤشر على الكفاءة المعرفية للفرد بشأن الأمور السياسية، وهي شرط أساسي مهم بالنسبة إلى المواطنة الديمقراطية الفعالة. ولقد قمنا بقياس معارف المستجيبين بشأن السياسة من خلال أسئلة تختبر قدرتهم على صحة تحديد شاغلي المناصب السياسية الرئيسية. أما متغير المشاركة الذي اعتمدناه فهو يقيس استعداد المستجيبين للمشاركة الفعالة في العملية السياسية من خلال التركيز على التصويت وعلى أنشطة مختلفة أخرى تتصل بالانتخابات. على أن المشاركة في الانتخابات وما يرتبط بها تمثل إلى حد كبير أوسع أشكال المشاركة حتى في الديمقراطيات الراسخة (Milbrath and Goel 1977) وهي تستقي أهميتها من حقيقة أن الانتخابات هي الفارق المؤسسي الرئيسي الذي يميز الديمقراطية عن الحكم السلطوي ويعطي للمواطنين الحق في اختيار قادتهم السياسيين بأنفسهم في ظل انتخابات حرة ونزيهة.

ويشير المتغيران المستقلان الآخران إلى منطلقات افتراض الفتور وهما يشملان توجهات مختلفة نحو النظام السياسي وأسسه المعروفة: أولاً نحن شيدنا متغيراً يعبر عما يقوم به المستجيب من تقييم للأحزاب السياسية. ومن المهم ملاحظة أن مقياسنا لا يشير إلى التأييد الانتخابي لحزب بعينه ولكن إلى المشروعية العامة للأحزاب والنزاعات الحزبية باعتبارها جزءاً مؤسسياً من السياسة الديمقراطية. وبعد عقود من الديكتاتورية أو من حكم الحزب الواحد، وفي ظل اتسام الاتصال السياسي بحالة من التواؤم المصطنع بين صفوف النخب السياسية، فإن كثيراً من المواطنين في الديمقراطيات الجديدة يمكن أن يعيشوا حالة الصراع الحزبي على أنه

عنصر جديد، وغالباً ما يكون عنصراً مقلقاً من عناصر الحياة السياسية. كما أن الأحزاب السياسية تمثل بدورها الأهداف الرئيسية للانتقادات الإعلامية في التغطية اليومية للسياسة. وأخيراً فقد وضعنا في اعتبارنا تأييد الديمقراطية من جانب المستجيبين، وباتباع المفهوم الذي طرحه إستون (Easton 1975) بشأن التأييد المشتت (Diffuse Support) ومن ثم فإن قياسنا يشير إلى التقييم العام للمفهوم المجرد لنظام سياسي ديمقراطي بصرف النظر عن السلبيات التي يمكن أن تنجم عن اتباع طريقة بعينها يتم على أساسها تنفيذ الحكم الديمقراطي في مجتمع ما، سواء كان ذلك هو الحالة الراهنة للاقتصاد أو غير ذلك من المعايير المرتبطة بالأداء. والنقاط المرجعية في هذا الصدد تتمثل في قواعد وقيم الديمقراطية في مقابل الأشكال غير الديمقراطية لممارسة الحكم.

عند الانتقال إلى المتغيرات المستقلة، قمنا بقياس التعّرض إلى الرسائل الإعلامية من خلال تصنيف نوعية الوسائل المذكورة التي يتعرض لها المستجيبون طبقاً لكميّة ونوعية المعلومات السياسية التي تقدّمها. وعلى خلاف معظم الاستقصاءات الواسعة النطاق التي عادة ما تقف ملياً عند التعرض الإعلامي على أسس عامة للغاية، فإن المفحوصين طلب منهم طرح اسم الصحيفة أو البرنامج التلفزيوني الذي غالباً ما يفضلونه لاستقاء المعلومات السياسية. وبالنسبة إلى كل بلد استشرنا العديد من الخبراء الوطنيين(*) لمساعدتنا على دقة تصنيف المنافذ الإعلامية

(*) نحن مدينون كثيراً للزملاء التالية أسماؤهم من أجل تقاسم تجربتهم معنا :غيورغي كاراسيمونوف (Georgi Karasimeonov) وبلامين غيورغيف (Plamen Georgiev) بالنسبة إلى بلغاريا، تامس فريكز (Tamas Fricz)، كسيلا ماكوس (Csilla Machos) وغابور توكا (Gabor Toka) بالنسبة إلى هنغاريا، وإيغينيو تيروني (Eugenio Tironi)، ماركوس موك (Markus Moke) وهانس بلوميير (Hans Blomeier) بالنسبة إلى شيلي،

كل على حدة. وهكذا تم تصنيف الصحف إلى الفئات الثلاث المعروفة، وهي الراقية والمتوسطة في السوق والتابلويد بما يعكس الدرجات المختلفة لنوعية المعلومات. ومعظم الصحف في عيّنتنا ترتبط بنوع من أنواع الارتباط الحزبي. ومع ذلك فبقدر ما أن هذا يتعلق فقط بمواقفها إزاء القضايا الراهنة، فإننا لم نفترض أن هذا سيؤثر على التوجهات الديمقراطية العامة لقارئيها، حيث يقتصر الأمر على الحالات التي يرتبط فيها الموقف السائد للصحيفة بصراع التحوّل ذاته سواء من خلال ترويجها للتغير الديمقراطي أو تأييدها لبقاء الحال على ما هو عليه. وهنا فنحن نأخذ في اعتبارنا الموقف السياسي وهذا ينطبق على بلغاريا حيث وقفت صحيفة *Duma* أقرب ما تكون إلى الحزب الاشتراكي البلغاري وكانت تمثل دعماً ينطلق من نوستالجيا الحنين إلى النظام القديم بينما كان عند الطرف الاخر من هذا المنظور السياسي جريدة *Demokratia* التي كانت تروج للأفكار المؤيدة للديمقراطية. وبالمثل ففي تشيلي لعبت **لاإيبوكا** اليومية دوراً مهماً خلال عملية التحوّل الديمقراطي بينما واصلت جريدة **الموركوريو** إبداء التعاطف مع نظام بينوشيه الأوتوقراطي(*).

فيما يتعلق بالتلفزيون فالتمييز بين المذيعين في القطاع الخاص والقطاع العام يمكن أن يتوقع منه بعض التأثير على نوعية المعلومات السياسية. وحتى في بلدان ما بعد الشيوعية فإن قنوات الخدمة العامة، وبرغم ماضيها باعتبارها تلفزيون الدولة، كانت الأفضل من حيث القدرة

وبابلو ميرز (Pablo Mieres) وكريستوف وانغر (Christoph Wagner) بالنسبة إلى الأوروغواي.

(*) ينبغي مراعاة أن وصف الميديا الوارد هنا يتصل بالوقت الذي تم فيه إجراء الاستقصاءات وربما يكون الموقف قد تغير في الوقت نفسه. وعلى سبيل المثال فقد اختفت الآن من السوق صحيفتا *Demokratia* و*La Epoca*.

على تقديم تغطية سياسية شاملة وموضوعية أكثر من نظيراتها التجارية. ونظراً للاعتماد الشديد على الجمهور وعلى أسواق الإعلان فإن التلفزيون التجاري يتسم عادة بمزيد من التوجه الترفيهي ومن ثم يخصص موارد ووقتاً للبث أقل لصالح المعلومات السياسية. وكما سبق ذكره، ينطبق هذا بالذات على تشيلي التي تتميز بسمة خاصة أيضاً وتتمثل في عدد القنوات التلفزيونية التي تقوم على تشغيلها الجامعات بدلاً من الدولة أو المستثمرين من القطاع الخاص. وبالإضافة إلى ذلك ففي بعض البلدان نجد الإذاعات الخاصة تعمل على مستوى محلي أو إقليمي في منطقة رمادية من الناحية القانونية ومن ذلك مثلاً في بلغاريا حيث لم تفتح بعد الإذاعات بشكل رسمي أمام المستثمرين الخاصين.

ولدى النظر إلى مستوى التعرض لوسائل الإعلام (الأرقام ليست مذكورة هنا) يتجلى نمط عام عبر جميع البلدان الأربعة: يقتصر الأمر على نسبة صغيرة من المواطنين الذين يتحوّلون إلى الصحافة المطبوعة التماساً لأخبار السياسة. وبشكل عام يقتصر الأمر على النصف، أو أقل، من المستجيبين الذين يتحوّلون إلى الصحافة اليومية التماساً للمعلومات السياسية. بل إن جمهور قراءة الصحف يتسم بالانخفاض على وجه الخصوص في الأوروغواي حيث إن ثلث المستجيبين فقط هم الذين يستقون معلوماتهم السياسية من الصحافة المطبوعة. وفي معظم البلدان، فإن النوعية الأكثر شعبية في الوسيلة المطبوعة تتمثل في صحف السوق المتوسطة التي تضم أساساً العناوين المحلية أو الإقليمية، ثم تعقبها المنافذ التي تستهوي النخبة المثقفة. أما أهمية صحف التابلويد الإثارية فهي تتباين بصورة واضحة؛ فحجم القراء في بلغاريا لصحف التابلويد يفوق نظيره في أي نوعية أخرى من الصحف. لكن التلفزيون على النقيض يصل إلى عدد

أكبر بكثير من المواطنين. وفي جميع البلدان توجد أغلبية كبيرة من المواطنين - ثلاثة من كل أربعة في بلغاريا وحتى أكثر في البلدان الأخرى - ممن هم معرضون على الأقل لمعلومات سياسية يستقونها من التلفزيون. وعليه يبدو التلفزيون مرة أخرى وكأنه يكاد يشكل الوسيلة الغالبة باستمرار، باعتباره يمثل بالنسبة إلى عدد كبير من المواطنين المصدر الوحيد للمعلومات بشأن الشؤون الجارية. ومع ذلك فدور إذاعات الخدمة العامة يختلف اختلافاً واسعاً عبر البلدان. ففي الأوروغواي لا يلعب إلا دوراً هامشياً بينما يمثل المصدر الأساسي للمعلومات في البلدان الثلاثة الأخرى.

التعرض لميديا الإعلام والتوجهات الديمقراطية - تحليل متعدد العناصر

في الجزء التالي نثبت النتائج المستقاة من تحليل ارتجاعي متعدد العناصر استخدمناه لتدارس أثار التعرض الإعلامي على التوجهات الديمقراطية في كل من البلدان الأربعة.

إن هذا الأسلوب التقني يتيح لنا تحديد الأثر الإجمالي للتعرض لوسائل الإعلام وعن المساهمة المحددة من جانب كل وسيلة في صياغة التوجهات الديمقراطية للمستجيبين الذين نتعامل معهم، فضلاً عن الوقوف على الآثار التي يمكن أن تكون دائمة في هذا الخصوص. ولابد من تذكّر أن قدرة هذا النوع من التحليل الارتباطي فيما يتعلق بإقرار العلاقات السببية هي قدرة محدودة حيث يقتصر الأمر على ملاحظات طويلة المدى وهي التي يمكن أن تحدد بصورة حاسمة الأسباب والآثار الناجمة. ومع ذلك، ولأسباب منطقية ونظرية، فنحن نعتقد أن العلاقات السببية المطروحة في نماذجنا تعكس العمليات السائدة التي تشهد الربط بين التعرض الإعلامي والتوجهات الديمقراطية.

إن العوامل الأكثر وضوحاً التي تحتاج إلى وضعها بنظر الاعتبار تتمثل في مصادر التأثير البديلة الممكنة ومن ثم التي يمكن إدراكها بوصفها البدائل الضابطة إحصائياً، وهي الخصائص الاجتماعية - الديموغرافية، ومنها مثلاً العمر ونوع الجنس والتعليم الرسمي المنظم. وهذه المتغيرات ترمز إلى التجارب المختلفة لعملية التطبيع الاجتماعي ولنوعية الآراء بالنسبة إلى العالم مما يمكن أن يشكل المواقف السياسية للفرد بصورة مستقلة عن التعرض لوسائل الإعلام. وفضلاً عن ذلك فنحن نراعي ما إذا كان أي مستجيب قد أيّد الجانب الرابح أو الخاسر في الانتخابات السابقة. ويمكن الافتراض بأن مؤيدي الأحزاب الحاكمة يظلون على استعداد للتعامل بصورة إيجابية ليس فقط مع الحكومة الراهنة ولكن أيضاً مع الجوانب الأكثر عمومية من منظومة الحوكمة، بينما يشعر مؤيدو أحزاب الأقلية بأنهم أكثر اغتراباً عن مضمار السياسة وهو ما يمثل مرة أخرى أهمية خاصة في الديمقراطيات الجديدة حيث لا يستطيع المواطنون أن يتطلعوا إلى الوراء بمعنى إلى تاريخ طويل وكاف من البدائل بين الحكومة والمعارضة من أجل الاطمئنان على أن حزبهم سوف يحظى في الأجل الطويل بفرصة معقولة للوصول إلى السلطة (Wessels and Klingemann 1998). وأخيراً يمكن الافتراض بأنه وخاصة في الديمقراطيات الجديدة، مازال رضا المواطن عن الحكم الديمقراطي يتوقف إلى حد ما على قدرة الحكومة الجديدة على ضمان مستوى كاف من الثروة الاقتصادية. وعليه فقد أضفنا النماذج التي تتنبأ بالتأييد المشدد من جانب المستجيبين للديمقراطية مشفوعة بتقيمهم لحالة الاقتصاد الوطني فضلاً عن حالتهم الاقتصادية الشخصية.

يقدم الجدول 1.13 نتائج سلسلة من نماذج الارتجاع التي صممت لتمثل نمط التأثيرات الإعلامية في كل من البلدان الأربعة. وهذه النماذج عُرضت حسب الكتلة مشفوعة بالمجموعة الكاملة من متغيرات الضبط

حيث يتم إدخال النموذج أولاً، ويعقبه المتغيرات الإعلامية وزيادة القوى التفسيرية الشاملة للنماذج التراكميّة بعد جميع المتغيرات التي تمّ أخذها في الاعتبار، ويمكن تفسيرها كمقياس للأثر الإجمالي للتعرض الإعلامي على المتغيرات المستقلة ذات الصلة. أما عوامل التكافؤ الفردية التي تمت حوسبتها بالنسبة إلى كل نوع من وسائل الإعلام في كل بلد فتكشف عن أنماط أكثر دقة من التأثير مع اختبار دور نوعيات الإعلام المختلفة بما يتعلق بالتوجهات الديمقراطية. والعلامات الإيجابية أو السلبية لهذه العوامل توضح ما إذا كانت هذه الآثار مفيدة أو ضارة بالنسبة إلى التوجهات السياسية حيث تؤيد إما افتراض الفتور أو افتراض الحشد.

وقد ظل افتراضنا الأول يقول بأنه طبقاً لنظرية الاعتماد على الميديا فإن أثر وسائل الإعلام لا بدّ وأن يكون أقوى في البلدان التي أدى تحوّلها نحو الديمقراطية إلى التأثير على المزيد من جوانب الهيكل الاجتماعي السياسي، مما أفضى إلى إحساس أقوى بانعدام الأمن على مستوى الفرد. وهذا الافتراض يؤيده بوضوح ما تم تحصيله من بيانات؛ فالعامل الأكبر حتى الآن هو في بلغاريا حيث كانت عملية التحوّل تشوبها المشاكل إلى حد كبير وتعوقها غالباً الأزمات السياسية والاقتصادية. ويمكن التماس نمط مماثل في هنغاريا، وهي أيضاً البلد الآخر لما بعد الشيوعية وإن كان ذلك عند مستوى أقل. بيد أن القوة الشاملة للآثار الإعلامية في بلدي أميركا اللاتينية أقل بكثير، حيث اقتصر تغيير النظام على التغيرات السياسية ولم تنشأ عنه أزمة اقتصادية. وبالإضافة إلى ذلك ففي هذين البلدين كان هناك ماض ديمقراطي يتسم بالحيوية ويشكل جزءاً من الذاكرة الجماعية وإن أعاق ذلك فقط فترات قصيرة نسبياً من الديكتاتورية العسكرية (16 سنة في تشيلي و 11سنة في أوروغواي) .

جدول 13-1
التعرض الاعلامي و التوجهات الديمقراطية

		المعرفة السياسية	المشاركة السياسية	تقييم الاحزاب السياسية	تأييد الديمقراطية
اروغواي الصحافة	راقٍ (*El Observador*)	0.08*	0.03	–0.03	–0.05
	سوق متوسط	0.11**	0.25**	0.05	–0.01
	تابلويد (*El Diario*)	0.04	–0.03	0.02	0.03
اخبار التليفزيون	عام	0.00	0.16**	–0.06	0.05
	خاص (قومي)	0.07†	–0.06	0.06	–0.00
	خاص (محلي)	–0.08*	–0.02	0.10*	0.01
المعدل (نسبة)	نموذج كامل	0.134**	0.093**	0.055**	0.007†
(الحجم)	ميديا تراكمية	0.031**	0.091**	0.007†	–0.005
		(662)	(417)	(648)	(555)
شيلي الصحافة	*El Mercurio*	0.16**	0.06†	0.03	–0.09*
	La Epoca	–0.01	0.08*	0.06	0.03
	سوق متوسط	0.12**	0.04	0.06†	–0.02
	تابلويد (*La Cuarta*)	0.02	0.09**	0.00	0.03
اخبار التليفزيون	عام	0.05†	0.06†	0.10**	0.08*
	جامعي	0.10**	–0.07*	0.06†	0.00
	خاص	0.02	–0.01	0.06†	–0.02
المعدل (نسبة)	نموذج كامل	0.289**	0.054**	0.082**	0.067**
(الحجم)	ميديا تراكمية	0.058**	0.024**	0.024**	0.008*
		(897)	(897)	(892)	(890)
هنغاريا الصحافة	راقٍ	0.20**	0.15**	0.10**	0.05†
	سوق متوسط	0.09**	0.15**	0.11**	0.01
	تابلويد	0.02	0.03	0.04	0.05*
اخبار التليفزيون	عام	0.15**	0.18**	0.25**	0.19**
	خاص (قومي)	0.10*	0.10**	0.21**	0.09**
	خاص (محلي/اقليمي)	0.02	–0.01	0.10**	0.08**
المعدل (نسبة)	نموذج كامل	0.216**	0.150**	0.177**	0.155**
(الحجم)	ميديا تراكمية	0.076**	0.087**	0.118**	0.037**
		(1441)	(1431)	(1397)	(1405)
بلغاريا الصحافة	*Demokratia*	0.07**	0.09**	0.09**	0.09**
	Duma	0.05†	0.24**	0.10**	0.06*
	راقٍ	0.17**	–0.04	0.07*	0.04
	سوق متوسط	0.05†	–0.05†	0.07**	0.05†
اخبار التليفزيون	تابلويد	0.12**	–0.02	0.11**	0.07*
	عام	0.27**	0.19**	0.25**	0.03
	خاص (محلي/اقليمي)	0.08**	0.00	0.04	0.02
المعدل (نسبة)	نموذج كامل	0.303**	0.148**	0.156**	0.220**
(الحجم)	ميديا تراكمية	0.168**	0.123**	0.131**	0.018**
		(1174)	(1175)	(1162)	(1155)

حاشية: ** $p<0.05$; *† $p< 0.10$

الخانات موحدة، β معاملات متكافئة و لا تعرض المعاملات المتكافئة لمتغيرات الضبط

أما افتراضنا الثاني فيقضي بأن آثار الميديا ليست متجانسة. وبدلاً من ذلك فالدرجة التي تصبح فيها التوجهات السياسية معّرضة أمام تأثير الميديا، فإنها تختلف حسب نوعية التوجهات ذات الصلة. وعبر

جميع البلدان الأربعة فإن التوجهات المرتبطة بالدور الذي يضطلع به الفرد باعتباره مواطناً ديمقراطياً تجنح إلى مزيد من التأثر بفعل الميديا بأكثر من التأثر بتوجهات النظام السياسي، وخاصة تلك المتصلة بشكل عام بمفهوم الديمقراطية في حد ذاته. كما إن المقدرة المعرفية للمواطنين بالنسبة إلى المسائل السياسية واستعدادهم المشاركة في السياسات الانتخابية، تتشكل إلى حد كبير من خلال نمط استخدامهم لوسائل الإعلام. وفي المقابل فإن تأييد الديمقراطية قلّما يتأثر بالميديا الإعلامية على نحو ما هو موضح في الجدول. وهذه في حد ذاتها معلومات طيبة لأنها توضح أن المعتقدات في الديمقراطية متّجذرة في صميم تفضيلات مستقرة للقيم قبل تحصيلها من مجرد التعرض الإعلامي اليومي إزاء الأحداث السياسية الراهنة. وفيما يتسم بتقييم الأحزاب السياسية بمزيد من الحساسية بالنسبة إلى الميديا، خاصة في بلدان ما بعد الشيوعية؛ في تشيلي وأوروغواي، فالأحزاب السياسية على النقيض لم تجد من يستبعدها تماماً من الساحة خلال حقبة الديكتاتورية. وعليه كانت الأحزاب قادرة على الحفاظ على هيكلها التنظيمي وعلى ولاءات مؤيديها الأساسيين ومن ثم فالمواقف من الأحزاب السياسية تأثرت بالتغطية الإعلامية على نحو أقل بكثير.

مناقشتنا للنتائج الأميريقية حتى الآن توحي بأن وسائل الإعلام الجماهيرية لها أهميتها الكبيرة بالنسبة إلى توجهات المواطنين في الديمقراطيات الجديدة. ومع ذلك فالسؤال الجوهري يدور عما إذا كان التاثير مفيداً أو ضاراً. وبمعنى آخر عما إذا كان اسم اللعبة هو فتور أم حشد إن المعامل المبين في الجدول 1.13 يوضح أنه ومع استثناءات قليلة، ومعظمها قلما يصل إلى المستويات التقليدية المتعارف عليها إحصائياً، فإن اتجاه الآثار الإعلامية ينحو إلى أن يكون إيجابياً، ويقتصر الأمر على

عدد قليل من وسائل الإعلام التي تبدو وأنها تؤثر سلباً على التوجهات الديمقراطية. والأجدر بالذكر أن قارئي صحيفة **الموركوريو** في تشيلي وهي من منافذ الجناح اليميني وتعبر عن تعاطف دائم مع النظام القديم يعبرون عن تأييد أقل للديمقراطية برغم أنهم يَبدون في الوقت نفسه مزودين بمعارف خاصة بشأن الأمور السياسية. وكذلك فإن التلفزيون الجامعي في تشيلي يبدو وكأنه يثبط عزائم المواطنين في الانتخابات. وفي الأوروغواي تبدو مشاهدة الأخبار على القنوات المحلية التجارية، وكأنها تؤدي إلى خفض المعارف السياسية لدى المواطنين بدلاً من زيادتها. ومع ذلك، ورغم أن هذه الآثار السلبية لها قيمتها الإحصائية، إلا أنها ما برحت محدودة نسبياً على نحو ما تبين أرقام الجدول المذكور أعلاه.

وعلى خلاف الاعتقاد السائد بأن التلفزيون يتمتع بقدرة أعلى في تحريك الرأي العام، فإن البحث الأمبريقي يشهد بأن ثمة تأييداً أقل لمثل هذا التمييز الواضح الحاسم بين الصحافة المطبوعة والبث الإذاعي. ويقتصر الأمر في البلدين لما بعد الشيوعية حيث التلفزيون، وبالذات خدمة البث العامة، هو الذي يقوم بدور ملموس في تأييد الاتجاهات الديمقراطية، في حين أن الصورة يشوبها مزيد من الالتباس في بلدان أميركا الجنوبية. ففي بلغاريا وهنغاريا يزيد التعرض للتلفزيون العام ومن ثم زيادة المعارف السياسية وتعبئة الأفراد لصالح الفعل الانتخابي وحتى الإسهام في تقييم إيجابي للأحزاب السياسية. ومن الواضح بجلاء أن هناك آثاراً إيجابية قوية (ß = 0.19) تدعم الديمقراطية في هنغاريا التي تمثل مسرحاً تندلع فيه حرب إعلامية شعواء.

في مناقشتنا النظرية ميّزنا أيضاً بين البث الإذاعي العام والبث

التجاري حيث ذكرنا أن البث الأخير يقدم نوعية أقل جودة من المعلومات، ومن ثم تنجم عنه آثار أقل فائدة على تطوّر الاتجاهات الديمقراطية. وهذا الافتراض يمكن تأكيده من خلال بياناتنا؛ فالتعرض للأخبار على القنوات الخاصة له آثاره الإيجابية ولكن ليس هناك نمط واضح عبر البلدان. ومرة أخرى تمثل هنغاريا استثناء في هذا الصدد: التلفزيون الوطني والتلفزيون الإقليمي الخاص لهما آثار إيجابية على جميع المتغيرات التابعة الأربعة ولكن في كل الأمثلة فإن هذه الآثار أضعف من تلك التي اتضحت في حالة خدمة البث الإذاعي العام.

مع التحوّل إلى دور الصحافة المطبوعة فيما يتعلق بتعزيز الديمقراطية نجد أنه، على نحو ما لمسناه في التلفزيون، فإن نوعية المعلومات المقدمة هي التي تشكل الفرق في هذا الصدد. وفي بلدي ما بعد الشيوعية، ونظراً للعلاقة الأقوى بشكل عام بين استخدام الميديا والتوجهات الديمقراطية، تنشأ أنماط أكثر وضوحاً من نظيراتها في بلدي أميركا اللاتينية. أما قراءة صحف النخبة وكذلك الصحف المتوسطة ولكن إلى درجة أقل نسبياً، فهي تؤدي بصورة ملموسة إلى زيادة المعرفة السياسية وتحثّ على المشاركة السياسية. وفي الوقت نفسه فالتوجهات إزاء النظام السياسي تبدو بشكل عام أقل تأثراً بفعل التعرض للصحف وأخبارها بينما يختلف النمط في بلدي ما بعد الشيوعية مرة أخرى اختلافاً نسبياً في أن التعرض للصحف اليومية يجنح إلى زيادة التقييم الإيجابي للأحزاب السياسية.

ثمة نتيجة تدعو للعجب وتتعلق بآثار صحافة التابلويد. وهذه النوعية من الصحف كثيراً ما تعامَل في إطار من التشكك بحكم أسلوبها في الإثارة وفي التوجهات العاطفية ومن ثم تكون الخشية من أن تنجم عنها آثار سلبية بالنسبة إلى المواقف الديمقراطية لقرائها. على أن نتائجنا

لا تبّرر هذه الهواجس، فهي توحي بأن افتراض أن صحف التابلويد قلّما تكون مرتبطة بالاتجاهات السياسية للمواطنين، هو افتراض إما أنه سلبي أو أن الاتجاه الملموس هو اتجاه إيجابي. وهذه النتيجة تتفق كثيراً مع البحوث المستقاة من الديمقراطيات الراسخة بما في ذلك بريطانيا ومن صحف التابلويد المشاكسة فيها، بما يوحي بعدم الأهمية السياسية لهذه النوعية من الصحف (Brynin and Newton 2003; Schmitt-Beck 1998). ومع ذلك فقد صادفنا استثناء في هذا الصدد: صحافة التابلويد البلغارية كان لها أثر ملموس على المعارف السياسية وتقييم الأحزاب السياسية بل وعلى دعم الديمقراطية وكان دعماً إيجابياً. وكان يمكن إيراد تفسير لذلك مفاده أنها على خلاف الكثير من صحف التابلويد الغربية، فإن هذه الصحف تنطوي في معظمها على المعلومات السياسية بدلاً من أن تشكل مصادر الترفيه وثرثرة المشاهير برغم تجميعها وحشدها في أسلوب التابلويد المعتاد، ويمكن من ثم اعتبار صحافة التابلويد البلغارية مثلاً طيباً على الفوائد الناجمة عن "التعلم المستتر" بمعنى إتاحة الفرصة من أجل التواصل مع السياسة لصالح نسبة الخُمس من سكان بلغاريا.

النتائج

سعينا في هذا الفصل إلى أن نستكشف دور وسائل الإعلام في تطوير الثقافة السياسية في ظل الديمقراطيات الجديدة باستخدام بيانات الاستقصاء الذي تم إجراؤه من أربعة بلدان. وتأتي النتائج التي توصّلنا إليها لتخفف الهواجس التي تقضي بأن الميديا الإعلامية ربما تؤدي إلى النيْل من سيادة مناخ صحي عام. ورغم الاستثناءات المحدودة، فإن الأغلبية الساحقة من النتائج التي توصلنا إليها تؤيد افتراض الحشد والتعبئة وهو ما يتجّسد في الآثار الإيجابية للإعلام على الدور الذي يضطلع به الأفراد

باعتبارهم مواطنين ديمقراطيين. وبصورة خاصة يبدو أن وسائل الإعلام تؤدي دوراً مهماً في دعم المعرفة السياسية وتشجيع المشاركة في الانتخابات. والأكثر من هذا، وبرغم تغطيتها الانتقادية وأحياناً المعادية، فإن ميديا الإعلام تبدو وكأنها تصوغ مواقف إيجابية إزاء الأحزاب السياسية وبدرجة أقل إزاء مفهوم الديمقراطية ذاتها. والادعاء بأن وسائل الإعلام مسؤولة عن تراخي المواطنين وعزوفهم عن السياسة لا يجد دعماً أمبيريقياً في بياناتنا. وليس معنى هذا إنكار أن هناك شعوراً بالإحباط والاغتراب على نطاق واسع بين صفوف المواطنين في الديمقراطيات الجديدة ولكن من الواضح أن ليس السبب هو وسائل الإعلام.

وبرغم أن نمط الآثار الإعلامية متماثل عبر البلدان، إلا أننا نلمس اختلافات واضحة بين البلدان من حيث النطاق الذي يمكن أن تؤثر فيه الميديا على توجهات المواطنين؛ فبينما لا يمارس الإعلام في تشيلي والأوروغواي سوى تأثير معتدل بل وضعيف، فإن المواطنين في بلدي ما بعد الشيوعية وهما بلغاريا وهنغاريا يبدون وكأنهم متأثرون إلى حد كبير بالرسائل الإعلامية. وهذه الفروقات تشير فيما يبدو إلى أن المدى الذي تتحقق فيه قدرة الإعلام على تشكيل التوجهات السياسية ليس ثابتاً، ولكن الأمر يعتمد على الظروف المرحلية والتغييرات الجذرية التي انطوت على التحوّل من الحكم الشيوعي وهي تؤثر على النظام السياسي والنظام الديمقراطي بل وتخلق حالة متزايدة لتحديد توجهات المواطنين. وهنا، وعلى خلاف ما تشهده البلدان في أميركا اللاتينية، فإن ضعف النظام المرحلي للأحزاب السياسية والروابط السياسية يترك للميديا دور العناصر الرئيسية لعملية التطبيع السياسي. ويخلص دالتون (Dalton) في

استعراض طرحه مؤخراً لحالة بحوث السلوك السياسي المقارن فيقول "ربما يكون أهم الدروس المستفادة التي تم استقاؤها حتى الآن ما يتمثل في أن التراث السياسي للنظم الشيوعية بالنسبة إلى سياسة المواطنين يختلف كثيراً عن نظيره في النظم السلطوية اليميني" (Dalton 2000: 943). وتؤكد نتائجنا هذا التشخيص فيما يتعلق بدور الميديا في الثقافات السياسية في تلك البلدان.

إن نتائجنا تتركنا إزاء معضلة فيما تعلق بدور الميديا في تفعيل الديمقراطية وإزاء أدائها الفعلي؛ فثمة معارك حامية الوطيس بشأن سياسات الميديا تم خوضها في بلدان ما بعد الشيوعية. ومعظم الميديا الإعلامية المدرجة في تحليلنا تلقّت كثيراً اتهامات بأنها تنحرف عن المعايير المهنية بطرق شتى. ومع ذلك فالتعرض إلى هذا النوع بالذات من التغطية السياسية يساهم بوضوح في تدعيم التوجهات الديمقراطية للجماهير. والسؤال هو: كيف يمكن تفسير هذا التناقض الواضح؟ يبدو أن الميديا تتلقى انتقادات كثيرة عندما تؤدي بالفعل ما يمثل وظيفتها الأساسية: تقديم معلومات متاحة ووضع من هم في السلطة أمام مسؤولياتهم. وما قد يتعامل معه النقاد على أنه تغطية سطحية أو قاصرة يمكن أن يشكّل في واقع الأمر نمطاً من أنماط الإعلام المنخفض التكلفة الذي لا يتطلب سوى قدر قليل من الوقت والجهد في التعامل معه واستيعابه ضمن الهياكل المعرفية القائمة. وبرغم ذلك، ومن وجهة نظر تستند إلى الخبرة، فإن هذه المعلومات يمكن أن تفتقر إلى عمق التحليل ودقة التفاصيل، ولكنها تزود المواطنين بما يكفي من المعارف لحشدهم كي يصبحوا مشاركين في الحياة العامة. كذلك فمن الصعب رسم الخط الفاصل بالضبط بين صحافة المراقبة (المرغوبة

ديمقراطياً) وصحافة التشهير (الضارة). ولا تستطيع الدراسة الراهنة أن تعطي جواباً على هذه المشكلة. ومع ذلك فإن بياناتنا تشير إلى أن العمليات المعرفية المتمثلة في فكّ رموز الرسائل الإعلامية وإعادة ترتيبها من جانب الجمهور أمر أكثر تعقيداً مما تفترضه نظريات الفتور الإعلامي. وحقيقة أن التغطية الإعلامية السلبية والانتقادية لا تنعكس في التقييمات السلبية والانتقادية إنما توضح أن الآثار التي تنجم عن الميديا الإعلامية تخضع للتنقية من خلال عمليات معقدة تتمثل في التفسيرات الفردية والاجتماعية على السواء. وعليه، فربما يصدق القول بأنه بعد سنوات من قهر حرية التعبير وحرية الصحافة فإن المواطنين أصبحوا ينظرون بعين التقدير إلى الحوار المفتوح والانتقادي بوصفه مؤشراً على أداء ديمقراطيتهم الجديدة وليس على فشلها.

مع ذلك ينبغي ملاحظة أن بعض وسائل الإعلام التي ترتبط بالآثار الإيجابية المرصودة لا يصل تأثيرها ومداها إلا ضمن حيز صغير نسبياً من الجماهير بينما تتمتع باكتساب شعبية سريعة صحف التابلويد والتلفزيون التجاري وهي المصادر التي لا تساهم كثيراً في الثقافة الديمقراطية. وعلى ذلك فإن توافر ونوعية إعلام الحشد (Lemert 1981) مازال موضع انشغال بالنسبة إلى فعالية الديمقراطية القديمة والجديدة على السواء.

المراجع

Almond, G. A. and Verba, S. (1963) *The Civic Culture. Political Attitudes and Democracy in Five Nations,* Princeton, NJ: Princeton University Press.

Ball-Rokeach, S. J. and DeFleur, M. L. (1976) "A

dependency model of mass-media Effects", *Communication Research,* 3: 3-21.

Bennett, W. L. (1998) "The media and democratic development. The social basis of political communication", in P. H. O'Neil (ed.) *Communicating Democracy. The Media and Political Transitions,* Boulder, CO: Lynne Rienner, 195-207.

Beyme, K. von (1994) *Systemwechsel in Osteuropa,* Frankfurt: Suhrkamp.

Brown, A. (2000) "Transnational influences in the transition from Communism", *Post Soviet Affairs,* 16: 177-200.

Brynin, M. and Newton, K. (2003) "The national press and voting turnout. British General Elections of 1992 and 1997", *Political Communication,* 20: 59-77.

Capella, J. N. and Jamieson, K. H. (1997) *Spiral of Cynicism. The Press and the Public Good,* New York: Oxford University Press.

Dalton, R. J. (2000) "Citizen attitudes and political behavior", *Comparative Political Studies,* 33: 912-940.

Easton, D. (1975) "A re-assessment of the concept of political support", *British Journal of Political Science,* 21: 285-313.

Entman, R. M. (1989) *Democracy without Citizens.*

Media and the Decay of American Politics, New York: Oxford University Press.

Gergely, I. (1997) *Understanding the Media in Hungary,* Düsseldorf: The European Institute for the Media.

Gulyas, A. (1998) "Tabloid newspapers in post-communist Hungary", *Javnost/ The Public,* 5(3) : 65-77.

Gunther, R. and Mughan, A. (2000) "The media in democratic and nondemocratic regimes. A multilevel perspective", in R. Gunther and A. Mughan (eds) *Democracy and the Media. A comparative perspective,* Cambridge: Cambridge University Press, 1-27.

Huntington, S. P. (1991) *The Third Wave. Democratization in the Late Twentieth Century,* Norman, OK: University of Oklahoma Press.

Lemert, J. B. (1981) *Does Mass Communication Change Public Opinion After All? A New Approach to Effects Analysis,* Chicago, IL: Nelson-Hall.

Linz, J. and Stepan, A. (1996) *Problems of Democratic Transition and Consolidation. South Europe, South America, and Post-communist Europe,* Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press.

McFaul, M. (2002) "The fourth wave of democracy and dictatorship. Noncooperative transitions in the postcommunist world", *World Politics,* 54: 212-44.

Milbrath, L.W. and Goel, M. L. (1977) *Political Participation. How and Why Do People Get Involved in Politics?* 2nd edn, Lanham, MD: University Press of America.

Neuman, R. W. (1986) *The Paradox of Mass Politics. Knowledge and Opinion in the American Electorate,* Cambridge, MA: Harvard University Press.

Newton, K. (1999) "Mass media effects. Mobilization or media malaise?" *British Journal of Political Science,* 29: 577-600.

Norris, P. (2000) *A Virtuous Circle. Political Communications in Post-industrial Democracies*, Cambridge: Cambridge University Press.

Offe, C. (1991) "Das Dilemma der Gleichzeitigkeit. Demokratisierung und Marktwirtschaft in Osteuropa", *Merkur,* 45: 279-92.

Patterson, T. E. (1998) "Time and news. The media's limitations as an instrument of democracy", *International Political Science Review*, 19 (1) : 55-67.

Putnam, R. D. (2000) *Bowling Alone. The Collapse and Revival of American Community,* New York: Simon and Schuster.

Robinson, J. P. and Levy, M. R. (1986) *The Main Source. Learning from Television News,* Beverly Hills, CA: Sage.

Robinson, M. J. (1976) "Public affairs television and the

growth of political malaise. The case of "The Selling of the Pentagon"', *American Political Science Review,* 70: 409-32.

Schmitt-Beck, R. (1998) "Of readers, viewers, and cat-dogs", in J. W. van Deth (ed.) , *Comparative Politics. The Problem of Equivalence,* London: Routledge, 222-46.

Skidmore, T. E. (ed.) (1993) *Television, Politics and the Transition to Democracy in Latin America,* Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press.

Splichal, S. (1994) *Media Beyond Socialism. Theory and Practice in East-Central Europe,* Boulder, CO: Westview.

Szilagyi, Z. (1996) "Hungary has a broadcast media law, at last", *Transition,* 19 April: 22-5.

Tironi, E. and Sunkel, G. (2000) "The modernization of communication and democratization. The media in the transition to democracy in Chile", in R. Gunther and A. Mughan (eds) *Democracy and the Media. A comparative perspective,* Cambridge: Cambridge University Press, 165-94.

Tzankoff, M. (2002) *Der Transformationsprozess in Bulgarien und die Entwicklung der postsozialistischen Medienlandschaft,* Hamburg: Lit Verlag.

Waisbord, S. R. (1995) "The mass media and consolidation of democracy in South America", *Research in Political Sociology,* 7: 207-27.

Wessels, B. and Klingemann, H.-D. (1998) "Transformation and the prerequisites of democratic opposition in Central and Eastern Europe", in S.H. Barnes and J. Simon (eds) *The Postcommunist Citizen,* Budapest: Erasmus Foundation, 1-34.

Wolling, J. (1999) *Politikverdrossenheit durch Massenmedien? Der Einfluss der Medien auf die Einstellungen der Biirger zur Politik*, Opladen: Westdeutscher Verlag.

ملاحق

تذييل المتغيرات التابعة

المعرفة السياسية: مؤشر إضافي قائم على أساس إحصاء أسئلة المعرفة التي حظيت بإجابة صحيحة فيما يتصل بأسماء شاغلي المناصب السياسية (رؤساء النقابات أو المنظمات ذات الأهمية، الوزراء أو رؤساء البرلمانات الوطنية ومن سواهم).

المشاركة السياسية: مؤشر إضافي لإحصاء عدد الأنشطة المرتبطة بالانتخابات التي قام بها بالفعل المستجيبون من واقع التصنيفات الثلاثة: التصويت، حضور اجتماعات حملات الحزب، المشاركة الفعالة في أنشطة حملات الحزب.

تقييم الأحزاب السياسية: مؤشر إضافي، إحصاء الاتجاهات المؤيدة للحزب من واقع القائمة التالية: الاتفاق مع بيان بغير الأحزاب لايمكن أن تقوم ديمقراطية التقييم الإيجابي لحزب واحد على الأقل فيما يتعلق

بدرجات التقارب وتحديد هوية الحزب.

تأييد الديمقراطية: في تشيلي وأوروغواي، الاتفاق مع البيان: الديمقراطية هي أفضل النظام بالنسبة إلى بلد مثل بلدنا وفي هنغاريا وبلغاريا كان هذا المؤشر الإضافي يشمل كذلك الاتفاق مع البيان: الديمقراطية أفضل من أي شكل آخر من أشكال الحكم.

المتغيرات المستقلة

التعرض إلى أخبار الصحف/ التلفزيون اليومية: مؤشرات إضافية تستند إلى تواتر القراءة المعتادة للصحف - أيام مشاهدة أخبار التلفزيون كل أسبوع. والمقياس المبدئي كان على مستوى عناوين صحف – قنوات محددة وقد تم تصنيفها حسب نوعية المعلومات وموقف الافتتاحيات المنشورة تجاه التحوّل الديمقراطي.

الفصل الرابع عشر

الخلاصة

(التواصل السياسي بين التحوّل الديمقراطي ومسارات الماضي)

كاترين فولتِمِر

عبر صفحات هذا الكتاب دارت المناقشات التي أكدت على أن فهم الديناميات التي تّحرك عمليات التحوّل إلى الديمقراطية، وأداء ونوعية المؤسسات التي نشأت عن النظام الجديد، التي تحتاج منا إلى مراعاة دور وسائل الإعلام الجماهيرية، بوصفها تؤدي دور الوسيط في هذا المجال. وبغير الإتاحة المنصفة للتعامل مع وسائل الإعلام، سوف تعجز الفعاليات السياسية سواء كانت الحكومات أو الأحزاب السياسية أو فئات المجتمع المدني عن تعبئة التأييد وخوض الانتخابات باعتبار ذلك آلية ديمقراطية لتوزيع السلطة، ومن ثم يصبح الأمر بلا معنى. ومع ذلك فإن نموذج سوق للأفكار مفتوحة الأبواب مازال صعباً في تحقيقه، وهو ما جعل فصول هذا الكتاب، التي تغطي نطاقاً واسعاً من الديمقراطيات الناشئة حول العالم، تدلل بطرق مختلفة على حقيقة القيود والعقبات التي تنطوي عليها عملية التحوّل في الاتصال السياسي.

في مقدمة هذ المجلد قيل بأن الاتصال السياسي ينشأ من واقع التفاعل فيما بين وسائل الإعلام والساسة والمواطنين، وهو بذلك ينطوي على مجموعة معقدة من القواعد والتوقعات المعيارية والأطر التنظيمية التي تحكم عادة العمل اليومي المتمثل في إنتاج ونشر الرسائل بين صفوف الجمهور الأوسع نطاقاً. وعلى ذلك فإن دمقرطة الاتصال السياسي تتطلب أكثر من مجرد تحوّل المؤسسات الإعلامية والممارسات الصحفية، لأنها تقتضي تغيراً في هذه العملية من حيث السلوك والاتجاهات من جانب الفعاليات السياسية والمواطنين. من هنا فقد عمل الكتاب على تحديد دور ميديا الإعلام في إطار هذا الوضع المترابط بين العناصر جميعاً. وفي هذا النطاق تختلف تجارب البلدان، كما هو الحال بالنسبة إلى روسيا أو جنوب أفريقيا أو تشيلي أو تايوان على نحو ما تمت تغطيته في هذا المجلد. لكنها تكشف عن أوجه تشابه تدعو للدهشة فيما يتعلق بالمشاكل والتحديات التي تواجه التحوّل الديمقراطي للاتصال السياسي. وفي الوقت نفسه فهناك تباينات بارزة تحول بالقطع دون الوصول إلى استنتاجات عمومية الطابع بشأن العلاقة بين وسائل الإعلام والسياسة في الديمقراطيات الجديدة.

يبقى السؤال المطروح هنا: كيف يكون التفسير بالنسبة إلى أوجه التماثل وأوجه التباين الظاهرة في هذه المجالات؟ إذا بدأنا بأوجه التماثل، فإن جميع البلدان التي تمت مناقشتها في هذا المجلد يمكن أن يتم استيعابها ضمن ما يسمى باسم الموجة الثالثة "للتحوّل الديمقراطي. وعلى ذلك يتعين عليها أن تدير أمر التحوّل على صعيدها ضمن نطاق الظروف التاريخية المتماثلة (Huntington 1991). والحاصل أن أحدث الديمقراطيات التي نشأت في أعقاب زوال الشيوعية ذات الأسلوب

السوڤياتي اعترتها تغيرات بالغة السرعة ولم تترك لها سوى وقت قليل لإمعان التفكير قبل أن تتخذ قراراتها بشأن هيكل المؤسسات الجديدة في المستقبل. لقد كان الأمر يقضي بإنجاز كل شيء في وقت واحد. أما الحل الواضح والمفضي إلى اتخاذ القرارات تحت وطأة القيود الزمنية المتطرفة فقد كان يتمثل في اعتماد النماذج المؤسسية المستقاة من الغرب. وفيما يتصل بالميديا كان هذا يعني عادةً تفعيل عملية خصخصة واسعة النطاق فضلًا عن التحوّل إلى الأسلوب التجاري ليس فقط بالنسبة إلى الصحافة المطبوعة ولكن أيضاً بالنسبة إلى البث الإذاعي. ورغم أن بلداناً في أوروبا الشرقية نفذت بثاً إذاعياً على مستوى الخدمة العامة بدرجة ما من درجات الاستقلال، سواء بالنسبة إلى إدارة الدولة أو للمنافسة في السوق إلا أنه في معظم الديمقراطيات الجديدة ظلت المنافذ المحورية من عملية البث الإذاعي مرهونة بصورة ثابتة لدى الدولة. وأوضح الأمثلة على ذلك ما تم في روسيا. ولكن ينطبق الشيء نفسه على العديد من بلدان أميركا اللاتينية وآسيا. وهذا الربط القسري بين قوى السوق غير المروّضة وبين اليد الثقيلة للدولة تنجم عنه آثار خطيرة بالنسبة إلى أداء الميديا الإعلامية مما يصعب معه إتاحة الفرصة أمام الممارسة الإعلامية الرصينة لكي تتوخى جادة التوازن وتمضي على طريق الازدهار (Splichal 1994) .

ثمة فرق مهم آخر يميّز الموجة الأخيرة من التحوّل الديمقراطي عن الموجات السابقة، ويتمثل بدوره في أن بناء المؤسسات الجديدة يتم في غمار بيئة مشبعة بوسائل الإعلام بعد أن أصبح التلفزيون جزءاً لا يتجزأ من الحياة السياسية. ومنذ البداية فإن القادة السياسيين المنتخبين حديثاً بات يتعين عليهم أن يتصرفوا تحت الأضواء الكاشفة للإعلام، وفي الغالب الأعم فهم يجدون أنفسهم هدفاً لانتقادات السياسة العامة

الضارية. ونتيجة لذلك أصبحت استراتيجيات الرد التي تتصل بإدارة الأنباء وبمحاولة تحويرها بسرعة، تشكل جزءاً أساسياً من العملية السياسية حيث تدفع عملية الاتصال السياسي في الديمقراطيات الجديدة وبصورة فورية إلى ما أصبح يوصف بأنه ديمقراطيات ميديا الإعلام" (Meyer with Hinchman 2002). ويقول أوتز (انظر الفصل 9) إن النظام الإعلامي القوي الموروث من الحقبة السوڤياتية أصبح في روسيا يحول دون إقامة نظام حزبي مستقر. وفي موقع آخر أوضح ويسبو (Waisbord 1995)أن التحالف الوثيق بين القادة الشعبويين والإعلام في أميركا اللاتينية يؤدي دوره باعتباره عقبة تحول دون تطوّر المؤسسات الديمقراطية أو توطيد دعائمها.

هذه الأوجه من التماثل تبين أن السمات المحددة التي يتميز بها النظام القديم تشكل بدورها عاملاً مهماً يبرر الاختلافات الملموسة بين الديمقراطيات الجديدة؛ فنوعيات النظم الأوتوقراطية المختلفة تمثل مسارات تابعة ومحددة، فتؤدي بالذات إلى توافر ظروف هيكلية وثقافية في حقبة الديمقراطية الجديدة، مما يؤثر بالتالي على الأسلوب الذي تعمل به الميديا الإعلامية، وعلى كيفيّة استخدام هذه الميديا من جانب الفعاليات السياسية وأعضاء الجمهور تحقيقاً للأغراض التي يقصدون إليها. أما الأدبيات المتعلقة بأهمية المسارات المختلفة المتجهة نحو الديمقراطية بالنسبة إلى أداء النظم الجديدة، فعادة ما تميّز بين التحوّل عن النخب الشيوعية والديكتاتوريات العسكرية وحكم الحزب الواحد (Hollifield and Jillson 2000; Linz and Stepan 1996)، وكان كل منها قد سيطر على مناطق بعينها وهي شرق أوروبا وأميركا اللاتينية وجنوبي أوروبا في مرحلة سابقة من الموجة الثالثة ثم آسيا وأفريقيا على التوالي.

النظم الشيوعية لعبت فيها الميديا الإعلامية دوراً مركزياً باعتبارها أداة للدعاية المستخدمة من أجل إعادة تثقيف الجماهير ونشر الرسائل الحزبية على نطاق واسع عبر هذا البلد أو ذاك. والدور المفعم بعوامل السياسة جعل الميديا الإعلامية جزءاً لا يتجزأ من هيكل القوة. ولا حاجة للقول إن كانت أداة التلفزيون والصحافة المطبوعة تملكها الدولة أو كانت ترتبط بالمنظمات الجماهيرية. ومن واقع هذا العرض الموجز وإلى حد ما الموَّثق، فإن وصف دور وسائل الإعلام في ظل النظم القديمة يصبح واضحاً فيما يتعلق بأسلوب تعقيد التحوّل إلى نظام ديمقراطي للاتصال السياسي وهو ما يتطلب إعادة هيكلة نظام الإعلام بأكمله سواء فيما يتعلق بصلته مع الحكومة أو بهيكله الاقتصادي.

وعلى النقيض من ذلك فالديكتاتوريات العسكرية كانت أكثر اهتماماً بشأن نزع الطابع السياسي عن اهتمامات الجماهير قبل العمل على تعبئة هذه الجماهير. وعلى ذلك فاستراتيجية الاتصال الرئيسة كانت هي الرقابة بمعنى إبقاء مواضيع معينة خارج النطاق الجماهيري العام بدلاً من ممارسة الدعاية الصارخة. ومن ثم، ومع استثناء بعض المنافذ الأساسية التي عملت كناطق مباشر معبّر عن الحكومات، ظلت معظم وسائل الإعلام في أيادي القطاع الخاص، وهذا ما أتاح للميديا الإعلامية أن تحتفظ على الأقل بدرجة من درجات الاستقلالية خاصة عندما كانت الغالبية من أجهزة تلك الميديا تعكف على تقديم برامج تغلب عليها إلى حد كبير مواد الترفيه. وعلى ذلك فمع انحسار الرقابة أصبح تحوّل الميديا الإعلامية في بلدان ما بعد الحكم السلطوي مهمة لا بدّ من القيام بها بصورة نسبية وإن تبقت تركة موروثة من الماضي وتتمثل في حالة تهميش السياسة في مجال وسائل إعلامية مازالت موجهة في غالبها الأعم نحو الجانب الترفيهي.

وحتى التغطية السياسية ذاتها ظلت تتصف بملمح مرتبط بالترفيه ومن ذلك مثلاً غلبة الطابع الشخصاني والتوجه نحو الإثارة.

وأخيراً فإن الديمقراطيات التي نجمت عن حكم الحزب الواحد ورثت مجموعة فريدة من المشاكل التي ما برحت تجّسد العلاقة بين الحكومة ووسائل الإعلام. ومن هذه المشاكل ما يتمثل في الأعراف المتصلة بدولة قوية ينظر إليها على أنها حامي حمى التنمية (Clark 2000; Potter et al. 1997). وفي واقع الأمر فإن إدارة التنمية الاقتصادية كانت ولا تزال تستخدم في أحيان كثيرة مبرراً للحرمان من الحريات الديمقراطية، ومن ذلك مثلًا حرية الصحافة. وثمة عامل تاريخي آخر يشكل السياسة الديمقراطية في هذه المجموعة من الديمقراطيات الناشئة ويتمثل في الماضي الكولونيالي؛ ففي كثير من البلدان، وخاصة تلك التي تشهد انقسامات عرقية أو دينية عميقة، لا يزال بناء الدول يشكل مشروعاً غير مكتمل بحيث تبدو عمليات التكامل الاجتماعي والوحدة القومية وكأنها قيم أولية تعلو فوق حريات الأفراد وآليات الحوار المفتوح. وفي ضوء تأُخر دخول التلفزيون نسبياً إلى الساحة حيث دخلها منذ نحو ثلاثة عقود، فقد وُضع التلفزيون ضمن سياق هذه الأهداف المجتمعية وما برح يتم استخدامه من جانب الحكومات الأوتوقراطية لخدمة التنمية والوحدة الوطنية. ولأن هذه المشاكل تظل ماثلة بعد التحوّل إلى الديمقراطية، فإن الوسائل الإعلامية، وخاصة البث الإذاعي، مازالت تواجه مقاومة قوية من جانب الحكومة فيما يتصل بتخفيف قبضتها على سبل الاتصال الجماهيري.

وبينما تتيح لنا هذه الحقائق أن نحدد أنماط الفروقات التي تميز بين مجموعات الديمقراطيات الجديدة، إلا أنها تخفي درجة عالية من التباين

الحاصل ضمن نطاق تلك المجموعات؛ ذلك لأن استمرار النظام القديم يمثل عاملًا مهمًا تنجم عنه آثار بالنسبة إلى النظام السياسي الجديد وعلى أداء وسائل الإعلام بصرف النظر عن المسار المعين الذي يتم اتخاذه على طريق التحوّل الديمقراطي. وإذا ما كان النظام الأوتوقراطي قد جاء ليشكل مرحلة أعاقت استمرار أعراف ديمقراطية كانت قائمة بالفعل؛ ففي هذه الحالة ستجد الحكومات ووسائل الإعلام أن من الأيسر لها أن تتفاوض لصالح علاقاتها المفضية إلى قيام إعلام منفتح وانتقادي وسياسي أكثر من البلدان التي تعمل على تنفيذ سياسات ديمقراطية للمرة الأولى في تاريخها. ويرتبط جزئياً باستمرار النظام القديم ما يتمثل في النطاق الذي تستطيع ضمنه الأحزاب السياسية وجماعات المجتمع المدني أن تنشأ وتستمر. وثمة حالة من الساحة المسطحة التي تجبر فيها الأحزاب والمرشحين على حشد التأييد الجماهيري من دون التعويل على هياكل تنظيمية فعالة، وهذا ينجم عنه في الغالب الأعم استخدام واسع النطاق لوسائل الإعلام تحقيقاً للأغراض الانتخابية بأكثر مما تشهده البلدان التي تضم على الأقل أجزاء صمدت وظلت باقية من النظام الوسيط. وفضلاً عن ذلك، ومن منظور إعلامي، تتسم الحالة الاقتصادية في بلد ما بأهميتها الجوهرية لأن وجود سوق استهلاك واسع النطاق يتيح لوسائل الإعلام أن تحصل على إيرادات من الإعلانات بينما الاعتماد على مبالغ الدعم التي تقدّمها الدولة يعرّض الوسائل المذكورة للضغط السياسي مما يعوق قدرتها على ممارسة وظيفتها الإعلامية بصورة مستقلة.

إن فصول هذا المجلد تطرح حالات تمثل كلاً من المسارات الثلاثة المختلفة التي يفترض أنها تشكل نمط ونوعية الاتصال السياسي في النظم الديمقراطية اللاحقة. وتركز ستة فصول على بلدان ما بعد الشيوعية

حيث تشمل تحليلات لكل من روسيا وأوكرانيا وبلغاريا وهنغاريا. أما الديمقراطيات التي نشأت عن الديكتاتورية العسكرية فهي موضوع فصول أربعة، وتشمل إسبانيا وعدداً مختلفاً من بلدان أميركا اللاتينية. وأخيراً فهناك ثلاثة فصول تغطي المسار من حيث حكم الحزب الواحد وتشمل تايوان وجنوب أفريقيا. ولأن ما يكاد يكون جميع الفصول في هذا المجلد تعالج بلداً بعينه أو منطقة بذاتها، فإن الموجز التالي يهدف إلى اتباع منظور مقارن في هذا الصدد؛ فكل مجموعة من الفعاليات ذات الصلة في عملية الاتصال السياسي - وهي الميديا والفعاليات السياسية والجمهور سيتم مناقشتها عبر البلدان والمسارات من أجل تحديد الأنماط المتماثلة والاختلافات القائمة.

وسائل الإعلام

المساهمات المقدمة في هذا المجلد من جانب دو سمايلي (الفصل 3) عن روسيا، ومن واسرمان ودو بير (الفصل 4) إضافة إلى قرينة من بحث سابق (Hankiss 1994; Paletz et al. 1995; Randall 1993; Skidmore 1993)، توحي بأن التحوّل إلى الديمقراطية يفضي في الغالب الأعم إلى نشوب نزاعات أساسية بين الحكومات ووسائل الإعلام على معنى وممارسة صحافة حرة: هل حرية الصحافة في ظل ديمقراطية تجسد قيمة مطلقة أو قيمة محدودة على ضوء أهداف أسمى أو غايات متنافسة، ومن ذلك مثلاً حماية القيم الاجتماعية والثقافية والأمن القومي أو النظام العام؟ سيكون من الخطأ استبعاد هذه النزاعات باعتبارها ظواهر مرحلية سواء كانت تخدم بوصفها حصان طروادة تبريراً للتدخل السياسي في أداء المنظمات الإخبارية، أو باعتبارها محاولة لزيادة معدلات التوزيع باستخدام أساليب الإثارة والتشهير. وكما نوقش في المقدمة فإن طبيعة حرية

الصحافة مازالت قضية خلافية بنفس القدر في أدبيات النظرية الفلسفية والديمقراطية. ومع ذلك يظل من الصعب استبعاد الشواغل الحقيقية أو الاستخدام الاستراتيجي للمبادئ العليا في هذا الصدد على ضوء ما تشهد به حقيقة أن إشارات الحكومات إلى الديمقراطية أو إلى المصلحة القومية إنما تهدف بوضوح إلى إسكات صوت النقد العام.

وفي المقابل فإن الحالة الإسبانية تقف بوصفها نموذجاً منفرداً للتوافق بين حكومة ديمقراطية شابة وبين وسائل الإعلام التي شملت حتى المنافذ التي كانت عبر العقود الأخيرة قد وصلت إلى حد تأييد نظام فرانكو. وكما يوضح باريرا (Barrera) وزوغاستي (Zugasti) (الفصل 2) في دراستهما التاريخية للسنوات الأولى من الديمقراطية الإسبانية، فإن وسائل الإعلام أجمعت على تأييد سياسة التحوّل الديمقراطي للحكومة، وهي سياسة الحريات كالمدنية والمصالحة والتكامل الوطني. ويؤكد الكاتبان على أن هذا التوافق جاء مستنداً إلى تعاون طوعي وليس مفروضاً، وما لبث أن اختفى بعد سنتين ليفسح المجال إلى نمط للحكم وتفاعل في الإعلام يمثل النمط القائم في الديمقراطيات الراسخة. والسؤال هو: لماذا تمثل إسبانيا هذا الاختلاف المتميز؟ ثمة تفسير، وهو الظلال الكئيبة للحرب الأهلية مما أفضى بجميع المشاركين إلى العمل نحو إيجاد حل وتجنب السقوط إلى حيث يحدث انقسام عنيف له مغارمه. ومع ذلك فإن هذا ينطبق أيضاً على جنوب أفريقيا رغم أنه لم يتَح التوصل إلى توافق متماثل بين الآراء عبر صفوف النخب السياسية والإعلامية. وربما يكون السبب لاحتمال الصراع بين الحكومات والميديا هو تجمع نخب بعينها في فترة ما بعد التحوّل مباشرة. وفي إسبانيا، شملت كل مجموعة من النخبة مؤيدي كلا جانبي النزاع السياسي. وبغير ذلك فإن الحالة كان يمكن أن تفضي إلى

خلافات أساسية عندما يتاح توصيف النخب السياسية والإعلامية على أنها إما نخب قديمة أو نخب جديدة. ويمكن أن نطرح جنوب أفريقيا مثلاً على هذا التبلور باعتبار أن الحكومة تمثل النخبة الجديدة (السود) بينما النخبة الإعلامية لاتزال بصورة غالبة مؤلفة من النخبة القديمة (البيض) ومن ثم ينظر إليها بعين العداء.

ثمة خطوط مهمة من شأنها أن تحقق الميديا الإعلامية إمكانية الاستقلال عن القابضين على مقاليد السلطة السياسية، وتتمثل في أن تتبنى أسلوبها الخاص في اختيار وترتيب الأخبار السياسية. وهنا فإن دراسة ويسبورد لصحافة أميركا اللاتينية (فصل 5) والفصل الذي وضعه كراسنوبوكا وبرانتس عن أوكرانيا (الفصل 6) يسمحان لنا بمقارنة الأسلوب المهني للصحافة المتبع في أعقاب نوعيات مختلفة من النظم. ومن الواضح أن تركة الشيوعية تمثل عقبة لا يستهان بها إزاء تطوّر صحافة مستقلة على نحو لا يقارن بوضعية أميركا اللاتينية. ويمكن للمرء أن يقول بأنه وقت الكتابة فإن التحوّل الديمقراطي الأوكراني كان لا يزال منقوصاً، ومع ذلك فالدراسات المتعلقة بالصحافة في بلدان ما بعد الشيوعية أوضحت افتقاراً مماثلاً للطابع المهني بل وتعرضاً للاستخدام أو للاستغلال السياسي (O'Neil 1997; Voltmer 2000). ولكن السؤال هو: ما هي المعايير الملائمة لتقييم الممارسة المهنية الصحفية؟ يقول ويسبورد بحق إن النموذج الأميركي للحيدة والموضوعية ليس قابلاً للتطبيق عالمياً؛ ففي أميركا اللاتينية تتعايش الصحافة الحزبية مع أسلوب حديث ومحايد للعمل الإعلامي. وكلا الشكلين له أهميته على نحو ما سبق مناقشته في المقدمة، لأنهما سبيلان مشروعان لإرساء الثقة وخلق المصداقية بين الإعلاميين وجمهورهم. ومع ذلك ففي معظم الديمقراطيات الجديدة

(باستثناء قلة من بلدان شرق - وسط أوروبا) كان من المستحيل تفعيل وسيلة مستقلة ومحايدة ومماثلة لنموذج البث الإذاعي كخدمة عامة بحيث يصلح ذلك منبراً معبّراً عن جميع أصوات المنظور السياسي وبحيث يتوازن مع نطاق عام يتسم بانشقاقات واسعة وانقسام عميق.

الفعاليات السياسية

السبب الرئيسي للصراعات الناجمة بين وسائل الإعلام والفعاليات السياسية تجسده الأهمية الحيوية لإتاحة السبيل أمام الجماهير كي تعيش في ظل بيئة سياسية تنافسية. وفي الديمقراطيات الراسخة عمدت الأحزاب السياسية والحكومات إلى اتباع طرائق معقدة في إدارة الأخبار وفي التسويق السياسي ويشار إلى ذلك غالباً على أنه أمركة الاتصال السياسي من أجل الحفاظ أو الابقاء على السيطرة على الأجندة العامة (Kavanagh 1995; Pfetsch 1998; Swanson and Mancini 1996). بيد أن هناك أحزاباً سياسية عديدة ومرشحين كثيرين في الديمقراطيات الجديدة كانوا يتلهفون على تطبيق مبادئ التسويق السياسي الحديث أو أنهم استحضروا خدمات مستشارين سياسيين دوليين. ويبدو أن هناك أوجه تماثل عميقة بين الظروف التي تعمل في ظلها الأحزاب السياسية والمرشحون في حملات الديمقراطيات الراسخة وبين أحوال نظرائهم الذين تمثل الانتخابات التنافسية تجربة جديدة بالنسبة إليهم. لقد جاؤوا من مسارات متعارضة وأصبحوا يجدون أنفسهم في موقف يفرض عليهم أن يستجيبوا بصورة فعالة إزاء مستويات منخفضة من ولاء الناخبين إضافة إلى انحسار العضوية فضلاً عن بيئة إعلامية مهيمنة وغالبة.

وطبقاً للافتراض بأن مسارات الماضي تؤثر على الاتصال السياسي في ظروف ما بعد التحوّل، فللمرء أن يتوقع درجة أعلى من الأمركة حيث

تكون الأحزاب السياسية قد تعرّضت بصورة جذرية للقمع في ظل النظام القديم ومن ثم فهي ما برحت عاجزة عن الحفاظ على الأقل على بعض الهياكل التنظيمية الأولية. وتبدو الحالة الروسية (انظر: Oates، الفصل 9) وكأنها تطرح قرينة قوية للقول بأن غياب الروابط الاجتماعية مع الجماعات المهمة من الناخبين إنما تنطوي على أسلوب سياسي لمرحلة ما بعد الحداثة حيث تمثل عمليات تحوير المضمون واستغلال وسائل الإعلام مفتاحاً للنجاح الانتخابي. وقد جاء الانتصار المشهود لما يسمى بأنه الأحزاب الإذاعية ومرشحيها في الانتخابات الروسية الأخيرة ليشكل نوعاً من نجاح التسويق السياسي، ولكنه لا يشكل نجاحاً لنوعية العملية الديمقراطية. ومع ذلك فقد تكون روسيا حالة خاصة حتى ضمن مجموعة بلدان ما بعد الشيوعية؛ ففي معظم بلدان أوروبا الشرقية – الوسطى حققت الأحزاب السياسية، وخاصة تلك التي لها جذور في الماضي ما قبل الشيوعي، أو التي كانت تضمها حركات المعارضة ضد النظام الشيوعي السابق، نجاحاً معقولاً على مدار السنوات الخمس عشرة الأخيرة في بناء هياكل تنظيمية مستدامة (Olson 1998).

أما تايوان، وهي ديمقراطية شابة نشأت بعد عقود من حكم الحزب الواحد فربما تصلح بوصفها نموذجاً مهماً يشهد بأن النظام الحزبي الضعيف لا يفضي بالضرورة إلى أسلوب مدفوع بميديا الإعلام من أجل ممارسة الاتصال السياسي (انظر Rawnsley الفصل 8). وكما توضح حملات الانتخابات الأخيرة فإن مفتاح النجاح في هذا السياق يتمثل في الجمع بين أساليب التسويق الحديثة مع الاعتماد على الأنماط التقليدية للولاءات والارتباطات الاجتماعية. وهذه الروابط لا يمكن حشدها بصورة فعالة من خلال الاتصال الإعلامي التقليدي. وبدلاً من ذلك فهي

تتطلب استعراضاً دقيقاً للقواعد الشعبية ومشاركة في الحياة الاجتماعية المحلية. ورغم أن هذه الممارسات لها جوانبها السلبية لأنها كثيراً ما تنطوي على جوانب المحاباة وبيع الأصوات إلا أنها تكفل للسياسيين الحفاظ على علاقة اتصالية مستمرة مع ناخبيهم.

وعلى النقيض من ذلك ففي الكثير من بلدان أميركا اللاتينية كانت الأحزاب السياسية قادرة إلى حدّ ما على التزام جانب الكمون خلال سنوات الديكتاتورية وخاصة في تشيلي والأوروغواي (انظر Espíndola الفصل 7). وتمثل الأحزاب السياسية في أميركا اللاتينية آليات ذات كفاءة عالية حيث أنها تتمتع بقدرة معتبرة على الحشد خلال موسم الانتخابات عندما ينضم آلاف من الناس إلى الحملة عند نهايتها. ومع ذلك فالنمط العام يتمثل مرة أخرى في أن الاستراتيجيات الاحترافية للحملات والدعاية التي تتم على مستوى القواعد الشعبية أمور تتعايش مع بعضها ويكمل بعضها بعضاً. ومن الأمور المهمة أن إدارة الحملات الحديثة المركزة إعلامياً ليست بالضرورة أكثر كفاءة للفوز في الانتخابات من الأساليب التقليدية التي تقتضي جهداً مكثفاً للتعامل مع جميع القطاعات.

وفي الأجل الطويل، فالحزمة التي قدمها الاستشاريون الغربيون يمكن أن تحمل معها مخاطرها باعتبار أن استراتيجيات التسويق تؤدي إلى ضعف ترسيخ أي منظمة حزبية فعالة، حتى رغم أنها قد تنطوي على التعويض عن السلبيات الهيكلية الفعلية **أولاً**: لأن الحملات الاحترافية تتسم أساساً بأنها مركزة إعلامياً وبهذا فهي باهظة التكاليف وفي البلدان الأقل نمواً بالذات يمكن أن يكون هذا خياراً لا سبيل إلى تحمل تكاليفه. ونتيجة لذلك فالفساد كوسيلة لجمع رأس المال اللازم يصبح سلوكاً واسع النطاق وهو ما يدمر بشكل خطير مصداقية الحزب بأعين ناخبيه المحتملين.

ثانياً تتركز الحملات الاحترافية بصورة واضحة على غرفة العمليات التي يديرها استراتيجيو الحملات بما يؤدي إلى حلقة مفرغة من التباعد المستمر عن جموع الناخبين العاديين ويفضي بدوره إلى تكاثف نفقات الحملة. ومن هنا فالدراسات الواردة في هذا المجلد توضّح أن اتباع وسائل أكثر إبداعاً للتواصل مع الناخبين ومن شأنها استخدام الأعراف الثقافية للشعوب الأصلية والاتصال غير المعتمد على الوسائل الإلكترونية يمكن أن تكون سبلاً أفضل لتأسيس علاقات عملية بين الحزب والناخبين.

المواطنون

باعتبار أن معظم المواطنين في الديمقراطيات الجديدة يفتقرون إلى هوية حزبية دائمة تكون قد تطوّرت على نحو ما شهدته الديمقراطيات الغربية على مدار فترة طويلة من الزمن (Lipset and Rokkan 1967)، فمن السهل أن نخلص إلى أنهم لا بدّ وأن يكونوا معرضين بصورة مكثفة إلى الرسائل السياسية والتحيزات الإعلامية. ومن المفترض كذلك أنهم غير مؤهلين إلى حد كبير للتعامل مع التدفق المفاجئ للأخبار السلبية وتبادل السباب بين الأطراف والرسائل الإعلامية المتناقضة التي تبثها وسائل الإعلام بعد انتهاء الرقابة التي كانت مفروضة من جانب الدولة. وفيما تطرأ تغيرات على الواقع السياسي فإن الأطر المعرفية التي كانت مناسبة تماماً للقراءة فيما بين سطور النصوص الإعلامية الدعائية تبدو وكأنها قد تجاوزها الزمن لصالح معالجة المعلومات في بيئة ديمقراطية من الحوار المفتوح. ومع ذلك فهذا الرأي قد يؤدي إلى التهوين من قدرة المواطنين على التعلم وعلى التكيف مع الدور الجديد المنوط بهم.

وتوضح البحوث النوعية (انظر Mickiewicz، الفصل 11) أن التجارب المستقاة من الماضي تمثل أداة فعالة لإماطة اللثام عن الغرض

المستتر الذي تستهدفه الرسائل السياسية ومن ثم تصنيفها على أنها إما حزبية أو متحيزة. على أن الفرق الرئيسي بين المعلومات التي تقدّم للمواطنين في ظل النظام القديم والنظام الديمقراطي الجديد لا يشكل تحوّلاً من المعلومات الإقناعية إلى المعلومات المحايدة ولكنه يشكل انتقالاً من الرسائل الانفرادية الوحيدة الجانب إلى تشكيلة متنوعة من الجوانب المتنافسة للحقيقة الواقعة. ومن الجدير بالذكر أيضاً أن نرى كيف يكون المواطنون على استعداد للقبول بغلبة الأخبار السلبية حتى ولو كانوا يتطلعون بحرص شديد إلى تلقى قصص إخبارية إيجابية وتدعو إلى الاطمئنان. ومع ذلك ففي ضوء الطابع التصنيعي لأخبار الماضي حيث طال إزجاء المديح لإنجازات النظام السياسي حتى وهو في حالة ظاهرة من التآكل، إلا أن المواطنين يظلون في حالة تشكك عميق بشأن الأخبار الإيجابية. وهذا التناقض من حيث إدراك المعلومات الانفرادية يمكن أن يشكل تفسيراً للنتائج الأمبيريقية التي تفيد بأن التعرض للأخبار التي تبثها وسائل الإعلام تنجم عنه أثار إيجابية بصورة غالبة على التوجهات الديمقراطية للمواطنين (انظر Voltmer and Schmitt-Beck، الفصل 13) كما أن متابعة الأخبار تشجع الأفراد على الاضطلاع بدور فعال بوصفهم مواطنين كما تزيد من التقييم الإيجابي للسياسات الديمقراطية برغم حقيقة أن الأخبار السياسية عادة ما تتسم بنغمة مشددة ومهيمنة. على أن النمط العام الذي تم التوصل إليه في هذه الدراسة يشابه إلى حد كبير ما يحدث في بلدان شتى ما بين بلدان ما بعد الشيوعية وبلدان ما بعد السلطوية وإن كانت الآثار الناجمة تتسم بأنها أقوى بكثير بالنسبة إلى المستجيبين من الفئة الأولى من تلك البلدان. ويمكن تفسير هذا النمط على أنه مؤشر يدل على ارتفاع مستوى التسييس الذي حدث في البلدان الشيوعية التي مازالت خاضعة لهذه الظاهرة حتى بعد تغير النظام الحاكم.

وفي المقابل فإن تهميش السياسة في إعلام أميركا اللاتينية يجعل المعلومات السياسية أكثر مراوغة ومن ثم أقل تأثيراً فيما يتصل بتشكيل التوجهات السياسية.

وبرغم أن الفصلين 11 و13 من الكتاب يرسمان صورة إيجابية للعلاقة بين وسائل الإعلام والمواطنة الديمقراطية، إلا أنه من السابق لأوانه أن نخلص إلى أن أثر الإعلام سيكون أثراً إيجابياً بصورة كاملة. ومن الواضح أن المضمون لا يهم برغم أن العامل الجوهري في هذا الصدد يتمثل في غياب التنوع قبل أن يتجسد في الاتصاف بالسلبية. أما النتائج الأمبيريقية المتحصلة من الانتخابات الروسية الأخيرة (انظر White and McAllister، الفصل 12) فتسلط الضوء على الآثار المدمرة الناجمة عن وسائل إعلام تم استغلالها في حين أن النتائج المستقاة من بيانات الاستقصاء التمثيلي تؤكد أن وسائل الإعلام لها أثر حاسم على الخيارات الانتخابية، وأن هذه الآثار جاءت متسقة إلى حد كبير مع التحيزات المؤيدة للكرملين وقد تجلت في واقع التغطية السياسية لوسائل الإعلام وبخاصة قنوات التلفزيون الرئيسية. وهذه الدراسة تؤكد إلى حد مثير الأهمية المحورية لعنصر التعددية إضافة إلى تمثيل منصف في وجهات النظر المطروحة في وسائل الإعلام إن لم تكن في المنافذ الفردية ومن ثم في النظام ككل على أقل تقدير، لأنه بغير التنافس المنصف في الآراء البديلة، يتعرض معنى الانتخابات الديمقراطية إلى التهوين من شأنه ليصبح مجرد موافقة على طول الخط من جانب النخب التي تمتلك مهارات في استغلال المواقف فضلاً عن امتلاكها الموارد المالية بما يجعلها قادرة على وضع وسائل الإعلام تحت سيطرتها.

وبشكل عام فإن المساهمات الواردة في هذا المجلد تدلل في مجموعها

على أوجه التشابه والتباين في الطريقة التي يتم بها الاتصال السياسي وتشكل بها وسائل الإعلام الجماهيري مسار السياسات المتبعة على صعيد الديمقراطيات الجديدة. وفيما تتسم البلدان التي تم التعرض لها في هذا الكتاب بأنماط تحوّلاتها الخاصة وتستند إلى ما تتفرد به من ثقافات على صعيد الاتصال الجماهيري، إلا أنها تشترك في المشاكل المصادفة بالذات لدى إنشاء نطاق عام مفتوح للحوار السياسي الذي يتبنى عملية ترسيخ النظام السياسي الجديد. بيد أن المدى الذي تستطيع به وسائل الإعلام أن تشكل به على نحو فعال قوام العملية السياسية، أو أن تظل من ناحية أخرى في موقع الخاضع لمصالح النخب السياسية، فإنما يتوقف على فعالية المؤسسات السياسية الجديدة وفي الوقت نفسه تتوقف نوعية العملية الديمقراطية إلى حد كبير على أداء وسائل الإعلام في خلق دائرة نجاح أو فشل وبما يؤكد على تعقيد أو تشابك العلاقة بين الاتصال السياسي وعملية التحوّل الديمقراطي.

المراجع

Clark, C. (2000) "Modernization, democracy, and the developmental state in Asia. A virtuous cycle or unraveling strands?" in J. F. Hollifield and C. Jillson (eds)

Pathways to Democracy. The Political Economy of Democratic Transitions, New York/ London: Routledge, 160-77.

Hankiss, E. (1994) "The Hungarian media's war of independence", *Media, Culture and Society,* 16: 293-312.

Hollifield, J. F. and Jillson, C. (eds) (2000) *Pathways to Democracy. The Political Economy of Democratic Transitions,* New York/ London: Routledge.

Huntington, S. (1991) *The Third Wave. Democratization in the Late Twentieth Century,* Norman,/London: University of Oklahoma Press.

Kavanagh, D. (1995) *Election Campaigning. The New Marketing of Politics,* Oxford: Blackwell.

Linz, S. and Stepan, A. (1996) *Problems of Democratic Transition and Consolidation. South Europe, South America, and Post-Communist Europe,* Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press.

Lipset, S. M. and Rokkan, S. (1967) "Cleavage structure, party systems, and voter alignments", in S. M. Lipset and S. Rokkan (eds) *Party Systems and Voter Alignments. Cross-National Perspectives,* New York: Free Press, 1-67.

Meyer, T. with Hinchman, L. (2002) *Media Democracy. How the Media Colonize Politics,* Cambridge: Polity Press.

O'Neil, P. (ed.) (1997) *Post-Communism and the Media in Eastern Europe,* London: Frank Cass.

Olson, D. M. (1998) "Party formation and party system

consolidation in the new democracies of Central Europe", *Political Studies,* 46: 432-64.

Paletz, D., Jakubowicz, K. and Novosel, P. (eds) (1995) *Glasnost and After. Media Change in Central and Eastern Europe,* Cresskill: Hampton Press.

Pfetsch, B. (1998) "Government news management", in D. Graber, D. McQuail and P. Norris (eds) *The Politics of News. The News of Politics,* Washington, DC: Congressional Quarterly Press, 70-93.

Potter, D., Goldblatt, D., Kilon, M. and Lewis, P. (eds.) (1997) *Democratization,* Cambridge: Polity Press.

Randall, V. (1993) "The media and democratization in the Third World", *Third World Quarterly,* 14: 625-46.

Skidmore, T. E. (ed.) (1993) *Television, Politics and the Transition to Democracy in Latin America,* Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press.

Splichal, S. (1994) *Media Beyond Socialism. Theory and Practice in East-Central Europe,* Boulder, CO: Westview Press.

Swanson, D. L. and Mancini, P. (eds) (1996) *Politics, Media, and Modern Democracy. An International Study*

of Innovations in Electoral Campaigning and their Consequences, Westport, CT: Praeger.

Voltmer, K. (2000) "Constructing political reality in Russia. Izvestiya- between old and new journalistic practices", *European Journal of Communication,* 14: 469-500.

Waisbord, S. R. (1995) "The mass media and consolidation of democracy in South America", *Research in Political Sociology*, 7: 207-27.

الثبت التعريفي

أفريكان ميديا/ إعلام أفريقيا (African Media): منظمة أفريقية تحمل في الأصل اسم مبادرة الإعلام الأفريقي وتسعى إلى تشجيع الأداء الإعلامي عبر القارة الأفريقية لصالح جماهير مستقبلي الرسالة الإعلامية بالدرجة الأولى قبل توخي مصالح الأفراد والقوى والفعاليات الخاصة من مالكي المؤسسات والقنوات الإعلامية. وقد لقيت هذه المنظمة تشجيعاً معنوياً ومادياً من عدد من الأطراف الدولية والإقليمية وكان من بينها لجنة الأمم المتحدة الاقتصادية لأفريقيا، ومفوضية الاتحاد الأفريقي والبنك الأفريقي للتنمية، إضافة إلى الأفراد من ذوى العلاقة بالإعلام الأفريقي من مذيعين ومحررين ومالكي الوسائل الإعلامية. وتعقد المنظمة منتدى سنوياً يضم قادة الإعلام الأفريقي إلى جانب القيادات السياسية في القارة مع كوكبة من الخبراء في مجالات التنمية والتكنولوجيا والمجتمع المدني. وتتخذ مقر المنظمة في العاصمة الكينية نيروبي.

أندريه ساخاروف (Andrei Sakharov) (1921-1989): عالم سوڤيتي في مجال البحوث النووية. كان في طليعة العلماء الروس الذين طوروا تصنيع أحدث الأسلحة لصالح الاتحاد السوڤيتي في فترة الحرب الباردة. ثم ذاع اسمه بوصفه في مقدمة دعاة حقوق الإنسان خلال عقدَي

الستينات. ويعزو مؤرخو سيرته هذا المنحى للتحرر السياسي إلى إدراكه بأن الأسلحة التي قام بتطويرها يمكن أن تستخدم لأغراض الحرب ودمار الحضارة والإضرار بالإنسان) ويشاركه في ذلك كبار علماء الذرّة الأميركيين الذين كابدوا مراحل من تأنيب الضمير لنفس السبب) وقد أودع ساخاروف أفكاره هذه في دراسة في عام 1968 بعنوان تأملات بشأن التقدّم والتعايش السلمي والحرية الفكرية. ورغم معاناته في بلاده فقد فاز بجائزة نوبل لعام 1975 وبعدها تعّرض للاعتقال بسبب معارضته العلنية للغزو السوڤيتي لأفغانستان عام 1979 إلى أن عمل غورباتشوف على رد اعتباره في كانون الأول/ ديسمبر من عام 1986.

الباسك (Basque): الإقليم الذي يمتد من حدود إسبانيا- شمال شرقها إلى حدود فرنسا - جنوب غربها. وتسوده لغة الباسك التي يصر سكانه على استخدامها في حياتهم العامة تعبيراً من جانبهم على أصولهم العرقية التي يعتزون بها بمعزل عن الشعب الإسباني. وفي عام 1959 قام شباب الباسك بإعلان منظمة إيتا التي تطالب بالانفصال عن إسبانيا وعلى مدار 4 عقود خاضت إيتا حرب عصابات من أجل الانفصال إلى أن أعلنت في مطلع عام 2011 عن وقف إطلاق النار.

برنارد بيرلسون (Bernard Berelson) (1912-1979) : أستاذ العلوم السلوكية ويعد من رواد علوم الاتصال الجماهيري في الولايات المتحدة. وتتميز إسهاماته في مجال الدراسات والاستقصاءات الميدانية بالتركيز على بحوث الرأي العام وعلى التناقض الذي يحدث في سلوكيات الجماهير خلال عمليات التصويت في الانتخابات.

الحرب الأهلية الإسبانية (Spanish Civil War): اندلعت هذه الحرب على مدار الفترة 1939-1936على شكل تمرد مسلح ضد الحكم

الجمهوري في إسبانيا. وانقسم المقاتلون إلى معسكر اليمين بقيادة الجنرال فرانكو ومعسكر اليسار الذي ضمّ عناصر من الاشتراكيين والمفكرين والفنانين والفوضويين. وازداد الانقسام حدّة وشراسة عندما تدخلت قوى خارجية في هذا الصراع الداخلي حيث أيدت ديمقراطيات غرب أوروبا ومعها الاتحاد السوفيتي قوى اليسار الديمقراطي، فيما حظيت قوى اليمين بتأييد ألمانيا النازية وإيطاليا الفاشستية. ورغم انتصار فرانكو الذي فرض حكماً ديكتاتورياً على إسبانيا، فقد ترددت خلال الحرب الأهلية أسماء لمبدعين من الإعلام شاركوا في خوضها وهم شباب في قوى اليسار الجمهوري، ومنهم الروائي الأميركي إرنست همنغواي والمبدع الإنجليزي جورج أورويلج والشاعر الإسباني لوركا.

حزب الكومنتانغ (Kuomintang): الحزب الذي حكم الصين على مدار الفترة 1948-1927 وبعدها اضطر للتحوّل إلى جزيرة تايوان (فورموزا) نظراً لقيام ثورة الصين الشعبية – الشيوعية بزعامة ماوتسي تونغ (1976 -1893) وتدل على هوية الحزب العبارة المترجمة عن الصينية التي تقول أنه حزب الشعب الوطني (القومي) في الصين وأصبح أعضاؤه يعرفون بأنهم ينتمون إلى الصين الوطنية مقابل الصين الشيوعية. يرجع تأسيس حزب الكومنتانغ إلى جهود زعيمهم التاريخي صن بات صن (1925-1866) وكان التأسيس في عام 1912... ثم تولى زعامته شيانغ كاي تشيك خلال الفترة 1975–1927 التي حكم فيها جزيرة – دولة تايوان (فرموزا).

حكم الأقلية (Oligarchy): المصطلح مشتق في اليونانية من كلمة أوليغيو بمعنى قلة ثم كلمة "أركو" بمعنى "الحكم" لتصبح بالطبع حكم (أو سيادة) الأقلية التي تجسد بحكم التعريف وجود عدد محدود من الأفراد

الذين يمسكون في أيديهم مقاليد الحكم في الدولة... وقد ينصرف التعبير نفسه على فئة قليلة أو نخبة أو صفوة محدودة تحتكر وتتداول فيما بينها سلطة الحكم في المجتمع وتستأثر بالتالي بكل ما ينتج عن هذا الاستئثار من امتيازات وسلطات ووجاهات وثروات. كما يرتبط بهذا المصطلح عدد آخر من المصطلحات التي تعبر عن أساليب مماثلة ومنها مثلاً بلوتوكراسي الذي ينصرف إلى الأقلية الثرية المحظوظة.

خبراء التحوير (Spin Doctors): والتحوير هنا ينصرف إلى الأخبار السيئة أو المعلومات السلبية حيث يُقصد بمهمة التحوير محاولة إضفاء لمسات مصاغة بمهارة حِرفية على المعلومة السلبية التي يمكن أن تسبب ضرراً للحكومة أو كبار المسؤولين. فإذا بها وقد قُدمت إلى الجماهير في إهاب أكثر إيجابية بفضل التلاعب بالألفاظ والتركيبات اللغوية كأن يقال مثلاً إن أرض المعركة في أفغانستان شهدت وابلاً من نيران صديقة وتلك كناية مقصودة تحاول أن تستر حادثة راح ضحيتها فرد عسكري نتيجة خطأ ارتكبه زميله.

دولة قومية (Nation State): هي الكيان السياسي الذي يسيطر على مساحة جغرافية مرسومة الحدود وتتمتع بالسيادة وتحكمها هيئة سياسية محددة السلطات والمسؤوليات. ومن مؤرخي التطوّر السياسي من يعزو ظهور مصطلح وكيان الدولة - القومية في الواقع السياسي العالمي إلى النتائج التي أسفرت عنها معاهدة وستفاليا في عام 1648 وبها وضعت القوى الأوروبية حداً لصراعاتها المطولة التي حملت عنوان حرب الثلاثين سنة، وبعدها توالت اعترافات النظم والممالك الإمبراطورية الأوروبية باستقلال دول وشعوب شتى كان في مقدمتها الاعتراف بسويسرا دولة مستقلة.

ديك موريس وجيمس كارفيل (Dick Morris and James Carville): اثنان من خبراء الدعاية والإعلام والإعلان في أميركا. وقد اتسعت شهرتهما بوصفهما من الخبراء الاستشاريين في تنظيم وتسيير الحملات الانتخابية التي حملت العديد من ساسة الولايات المتحدة إلى المناصب الكبرى في واشنطون. وعمل كل منهما مستشاراً للرئيس الأسبق كلينتون منذ أن كان حاكماً لولاية أركنسو الريفية. ومازال الخبيران يقدمان المشورة إلى السياسيين داخل أميركا وخارجها.. ويشاركان في البرامج التلفزيونية إلى جانب التدريس في جامعات الولايات المتحدة.

سلطة رابعة (Fourth Estate): هي السلطة - المؤسسة التي جاءت لتضيف إلى السلطات الأصلية الثلاث التي طالب المفكر الفرنسي مونتسكيو (1689-1755) بالفصل بينها على نحو ما تقضي به الممارسة الديمقراطية وهي السلطة التشريعية (البرلمان) السلطة التنفيذية (الحكومة) السلطة القضائية. وقد تنبه فلاسفة الفكر السياسي منذ القرن 19 إلى أهمية إضافة سلطة مؤسسية رابعة تمارس دور الاتصال والمتابعة والرصد والمراقبة على أداء السلطات الثلاث. وكان أول من تحدث عن هذه السلطة الرابعة في مجلس العموم البريطاني... المفكر إدموند بيرك خلال مناقشة برلمانية في عام 1787 حيث كان يشير بداهة إلى دور الصحافة المطبوعة. ومع مرور السنوات - دخل إلى حيز السلطة الرابعة كل أدوات التعبير الصحفي- الإعلامي مثل الراديو والتلفزيون وما في حكمهما ومن باب التأكيد على مدى تأثير هذه الوسائل وجدارتها بالاستقلالية.

شفافية/ إفصاح/ مكاشفة/ غلاسنوست (Glasnost): ينصرف المصطلح في اللغة الروسية إلى معنى "العلانية". وقد نادى به الزعيم الروسي (السوفيتي) ميخائيل غورباتشوف منذ منتصف الثمانينات من

القرن الماضي مقروناً بدعوته الأخرى إلى إعادة البناء (بيريسترويكا) .. وكانت غايته في كل حال هي الدعوة إلى فك احتكار الحزب الشيوعي السوفيتي أيامها لمقاليد السلطة وإلى إتاحة تدفق المعلومات ومن ثم إلى إنهاء الرقابة بكل أشكالها. ورغم انهيار وزوال الكيان السوفيتي وإزاحة غورباتشوف نفسه عن سدة الحكم إلا أن مصطلح "الشفافية" أصبح أوسع انتشاراً وتواتراً من حيث الاستخدام في جميع أنحاء العالم.

شمولي/ سلطوي (Totalitarian): هي النزعة التحكمية التي يجسدها نظام للحكم يقوم على احتكار السلطة بيد قلة تهيمن بسطوتها على مقاليد ومقادير المجتمع ومصالحه الخاصة والعامة على السواء. ورغم أن العالم سبق وعرف النظم الديكتاتوية إلا أن مصطلح النظام الشمولي بدأ ينتشر مع عشرينات القرن الماضي في الأدبيات القانونية لجمهورية فايمار الألمانية حين استعمله المفكر السياسي كارل شميت وجاء تجسيده عملياً من خلال نظام هتلر النازي في ألمانيا ونظام موسوليني الفاشستي في إيطاليا ثم نظام ستالين الشيوعي في روسيا حيث ازدادت سطوة الدولة المزودة بمؤسسات الاستخبارات من جهة وبأجهزة الشرطة المسلحة من جهة أخرى فضلاً عن فرض سطوة الرقابة على منتوجات الفكر والثقافة والإعلام وما في حكمها من جهة ثالثة.

صحف التابلويد (Tabloid): الكلمة مشتقة أساساً من مادة الأقراص (Tablets) وبمعنى تعاطي المعرفة في قرص أو أقراص وليس من خلال الكتب والدراسات والموسوعات.. وهو ما يشير إلى حالة قصور المعروفة وابتسار المعلومات والاختصار المخلّ لها.. هذا الابتسار أو الاختصار بدأ يتجسد في شكل وحجم الصحيفة المختصر الذي تجلى أساساً في أربع صفحات مطوية. وتحوّل الأمر من اختصار الحجم إلى

ابتسار الخبر.. ثم إلى اتباع أسلوب الإثارة في النشر الصحفي ولا بأس من خلطة التوابل المعروفة بين الجريمة والعنف والجنس والفضائح ويرتبط الأمر أيضاً بما يعرف باسم الصحافة الصفراء وهو المصطلح الذي عرفه القراء الأميركيون منذ عام 1896 الذي شهد اشتداد حملات المنافسة بين صحيفة نيويورك وورلد التي كان يملكها جوزيف بولتزر (ومازالت جائزة بولتزر الشهيرة تحمل اسمه في مجال التفوق الصحفي) وبين صحيفة **نيويورك جورنال** التي كان يملكها وليام راندولف هيرست. وعمد كل من الطرفين إلى إثارة شهية جماهير القارئين بالمبالغة في نشر الصور الفوتوغرافية والأخبار المثيرة فضلاً عن رسوم وشخصيات الكاريكاتور التي اشتهر منها شخصية الفتى الأصفر التي ذاعت لتصبح عنواناً للصحافة الصفراء.

فرانكــو (Franco): هو الجنرال فرانشسكو فرانكو (1892-1975) حكم إسبانيا بأسلوب ديكتاتوري ابتداء من عام 1936 بعد انتصار قواته في الحرب الأهلية الإسبانية (1936-1939) وحتى وفاته عام 1975 حيث أعقبه خوان كارلوس ملكاً على إسبانيا.

فريدوم هاوس (Freedom House): منظمة غير حكومية تتخذ مقرها في الولايات المتحدة، وتضطلع بجهود البحوث والدعوة بشأن الديمقراطية والحرية السياسية والحريات العامة وحقوق الإنسان. ويرجع تاريخ تأسيسها إلى شهر أكتوبر في عام 1941. والمنظمة تصدر تقريراً سنوياً عن الحرية في العالم ويشارك فيه عدد من الاختصاصيين والخبراء في مجالات العلوم السياسية والصحافة والإعلام والقانون والشؤون الدولية.

فصل عنصري (الأبارثيد) (Apartheid): المصطلح مستقي من لغة الأفريكان وهي اللسان المعتمد في جنوب أفريقيا لدى الأقلية البيضاء

من المستوطنين وأحفاد المستوطنين ذوي الأصول الأوروبية... وتنصرف حرفياً إلى معنى التجنيب أو الاستبعاد. وكانت عنواناً لنظام التمييز العنصري ضد الأفارقة السود وهم أهل البلاد الأصليون. وتم فرض هذه السياسة العنصرية منذ عام 1948 وقصدت بها حكومات البيض العنصرية تشديد قبضتها على مقاليد جنوب أفريقيا والضرب بيد من حديد على زعماء المقاومة الوطنية في حزب المؤتمر الأفريقي وفي مقدمتهم نيلسون مانديلا الذي استطاع توحيد العناصر الوطنية من السود إلى أن قادهم إلى إعلان دولتهم وإنهاء سياسة الأبارثيد مع فاتح العقد التسعيني من القرن العشرين.

قانون العفو العام (General Amnesty): هو القانون الصادر في مايو من عام 1872 في أعقاب الحرب الأهلية الأميركية، ويقضي بإلغاء القيود التي كانت مفروضة على دعاة انفصال الولايات المتحدة ممن خاضوا الحرب الأهلية ضد قوات رئيسها وقتئذ أبراهام لنكولن (1809–1865). وقد أفاد القانون أكثر من 150 ألف من المقاتلين والسياسيين المعارضين السابقين حيث أباح لهم المشاركة في الانتخابات مع ردّ اعتبارهم المادي والمعنوي ولكن باستثناء 500 من القيادات المعارضة.

كلفانية (Calvinism): المذهب البروتستانتي الذي عمل على تطوير وتعميق دعوة مارتن لوثر (1483-1546) إلى الإصلاح الديني (Reformation) في مواجهة هيمنة الكهنوت على نحو ما تقضي به الممارسات الكاثوليكية. والمذهب منسوب إلى جون كلفن (1509 -1564) ويتجسد هذا المذهب المسيحي في المجمع العالمي لكنائس المذهب المذكور الذي يضم أكثر من 80 مليون عضو في أنحاء شتى من العالم. وقد كانت جنيف السويسرية هي مركز الدعوة إلى هذا المذهب منذ نشأته مع النصف

الثاني من القرن السادس عشر، ومنها انتشر إلى أصقاع أخرى ما بين هولندا إلى فرنسا وما بين هنغاريا إلى ليتوانيا على بحر البلطيق... بل وصل المذهب إلى جنوب أفريقيا حين جاءت به جحافل البوير وهم المستعمرون الأوائل الذين قدموا من هولندا للاستيطان في هذا الجزء الجنوبي من القارة الأفريقية ويعرفون باسم الأفريكان.

كعب آخيل (نقطة الضعف) (Achilles Heel): آخيل هو البطل اليوناني في ملحمة الإلياذة المنسوبة إلى هوميروس التي روى فيها شاعر الإغريق وقائع حرب طروادة. وترتبط حكاية "الكعب" بتصميم والدته التي أرادت أن تغمسه – وربما تُعمّده – في نهر ستيكس الأسطوري الذي يفصل في تراث الإغريق بين أرض الأحياء عن أرض الراحلين... والمعنى أن مياه النهر تضفي على كل جوارح البدن صفات الخلود. لكن الأم أخطأت عندما أمسكت بكعب طفلها الأيسر كي تغمسه في مياه النهر. وبعد انتهاء العملية نسيت – كما ينسى البشر دائماً – أن تعيد غمس الكعب في المياه الأسطورية... وليصبح هذا الكعب هو نقطة الضعف التي صوبوا إليها سهماً مسموماً في طروادة فإذا بالبطل وقد فارق الحياة لتعيش فكرة المنفذ الخطير الذي قد يؤدي إلى هلاك الإنسان.

مسؤول التحكيم الصحفي (Pressombudsmannen) : مصطلح (Ombodusman) يرد في القاعدة الدولية لمصطلحات الأمم المتحدة على أنه أمين المظالم. والمصطلح مستقى من المراجع والممارسات السويدية التي تسند إلى هذا المسؤول القانوني وإلى هيئة مكتبه ومعاونيه، وفي مجال الممارسة الصحفية بالذات، مسؤولية أقرب إلى الحَكَم (بفتح الحاء والكاف) بين مهنة الصحافة وجماهير القارئين الذين يحق لهم حسب الأعراف السويدية أن يرفعوا شكاواهم إلى مكتب أمين المظالم المذكور ضد ما يرونه من

إساءات لممارسة المهنية الصحفية. وبعدها يحق لهذا المسؤول أن يبتّ فيما إذا كان الأمر جديراً بالعرض على المجلس الصحافي القومي في السويد، الذي من حقه أن يفرض عقوبات أو غرامات في هذا الخصوص.

منطق الميديا الإعلامي (Media Logic): يعد بمثابة الإطار المرجعي (Frame of Reference) لإنتاج وسائل الاتصال المختلفة التي يتعين عليها أن تنهض بالوظائف الثلاثية لعملية الاتصال ورسالتها الإعلامية وهذه الوظائف هي: الإِخبار + التثقيف + الترفيه.

موجة ثالثة (Third Wave): يقصد بها بالدرجة الأولى موجة التحوّل إلى الديمقراطية في نظم وأساليب الحكم بعد مراحل الشمولية أو الديكتاتورية أو حكم الحزب الواحد.. ويُنسب المصطلح إلى المفكر الأميركي الراحل البروفيسور صاموئيل هنتنغتون الذي مازال اسمه مرتبطاً بأطروحته الشهيرة عن تصادم الحضارات.

وسائل الاتصال/ وسائل الإعلام الجماهيرية (Mass Media): تعددت، بقدر ما تطوّرت وتوسعت عبر التاريخ الإنساني وسائل الاتصال الجماهيرية كي تجسد حاجة البشر إلى التواصل والإبلاغ ومن ثم التفاهم وتبادل الأفكار والآراء. وبديهي أن بدأت الميديا تاريخياً بالدعوات المنقوشة على الجدران وبمنشورات البردي وخطب التجمعات وارتقت بالاتصال الجماهيري إلى مستوى الرسالات باستخدام الكتب المقدسة سبلاً للتواصل والدعوة... ومنها إلى العصور الحديثة مروراً بالكتاب والفيلم ثم الراديو والتلفزيون إلى وسائل الاتصال - التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت العولمية التي تطوّرت أساليبها باستخدام السبل الرقمية (ديجيتال).

وفي تحليله لجذور ومآلات النظام الشمولي يعزو المفكر الأميركي حنة آرندت (1975- 1906) وجود مثل هذه الأساليب في الحكم إلى ظاهرة اتساع المجتمعات الجماهيرية بعد الثورة الصناعية حيث تتهاوى الروابط التقليدية من عائلية وعشائرية وجهوية تحت تأثير الدعايات السياسية، فضلاً عن تضرر هذه القطاعات الجماهيرية، وخاصة الأجيال الطالعة من جراء الأزمات الاقتصادية الطاحنة.

وفيما أودعت ذكريات الحرب الأهلية الإسبانية سجلات التاريخ فقد خلدتها لوحة بيكاسو الشهيرة بعنوان غيرنيكا التي صوّر فيها فظائع الحرب وعنف الدمار الذي لحق ببلدة إسبانية تحمل الاسم المذكور.

ويرجع الفضل إلى الكومنتانغ في الإطاحة بالنظام الإمبراطوري في الصين وتمهيد السبيل أمام تحديث الصين على الأسس الغربية. ومع ذلك فقد فرض الحزب على الجزيرة قوانين الأحكام العرفية على مدار 38 سنة إلى أن تغيرت الظروف بوفاة كأي شيك ومن بعده نجله الذي حكم الجزيرة من بعده، وهي الظروف التي فرضت بدورها إجراء الانتخابات وبداية التحوّل الديقمراطي مع حلول عقد التسعينات من القرن العشرين.

ثبت المصطلحات

أفريكان ميديا/ إعلام أفريقيا	African Media
الباسك	Basque
الحرب الأهلية الإسبانية	Spanish Civil War
حزب الكومنتانغ	Kuomintang
حكم الأقلية	Oligarchy
خبراء التحوير	Spin Doctors
دولة قومية	Nation State
سلطة رابعة	Fourth Estate

Glasnost	شفافية/ إفصاح/ مكاشفة/ غلاسنوست
Totalitarian	شمولي/ سلطوي
Tabloid	صحف التابلويد
Freedom House	فريدوم هاوس
Apartheid	فصل عنصري (الأبارثيد)
General Amnesty	قانون العفو العام
Calvinism	كلفانية
Achilles Heel	كعب آخيل (نقطة الضعف)
Pressombudsmannen	مسؤول التحكيم الصحفي
Media Logic	منطق الميديا الإعلامي
Third Wave	موجة ثالثة
Mass Media	وسائل الاتصال/ وسائل الإعلام الجماهيرية

الفهرس

-ع-

-ف-

-ق-

-م-